



MGP

LA MUTUELLE DES FORCES DE SÉCURITÉ

MGP

BANQUE - FINANCE
ASSURANCE

La MGP est la mutuelle des forces de sécurité.
Elle est devenue mutuelle à mission en 2020
pour mieux prendre en compte les nouveaux
défis auxquels ses adhérents sont confrontés
dans un monde en mutation.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION



450
**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES**



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

MGP

Être flic

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION



POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

A l'origine de cette série, il y a Guillaume, policier, gardien de la paix « nuiteux » à Sarcelles et son envie d'aller à la rencontre de ses collègues pour mettre en lumière les femmes et les hommes derrière l'uniforme, de révéler les parcours, les histoires personnelles de celles et ceux qui nous protègent, de dépasser les préjugés et les idées reçues trop souvent associés à la Police Nationale;

Dès les prémices du projet, il trouve le soutien de la MGP (la Mutuelle des forces de sécurité), convaincue du potentiel éditorial et humain de ce podcast qui s'inscrit parfaitement dans son engagement et son ADN : une mutuelle créée par les policiers au service des forces de sécurité.

JANVIER 2023 À MAINTENANT - BUDGET : 50 000 €

Ce budget comprend l'ensemble des étapes de conception et réalisation (production et post-production) des saison 1 (8 épisodes) et saison 2 (en cours) de la série de podcast.


DES ASSOCIATION NATIONALE
DES COMMUNICANTS

MGP

Être flic

POUR QUI ?

Être flic s'adresse à la communauté des forces de sécurité, mais pas seulement.

Disponible sur toutes les plateformes d'écoute (Deezer, Spotify, Apple podcast, Amazone music...), cette série s'adresse également au grand public, à toutes celles et ceux qui souhaitent en apprendre davantage sur les coulisses du métier de policier et aux amateurs de podcasts conversationnels.

Être flic s'adresse aussi aux parties prenantes de la Police : Institutions publiques, dont le Ministère de l'intérieur, médias, leaders d'opinion, politiques...

COMMENT ?

Pour la conception et réalisation de la série, la MGP s'est attachée les services de deux agences à l'expertise complémentaire.

L'un des premiers atouts sur lequel capitalise pleinement la série, c'est bien sûr Guillaume, un policier à la rencontre d'autres policiers. Pour l'enregistrement de chaque épisode, Guillaume est accompagné d'une réalisatrice professionnelle. Un binôme et une configuration qui permettent de créer une complicité, une proximité, une liberté de ton assumée avec chacun et chacune des interviewés. Autre atout : le casting qui réunit des hommes et des femmes issus de services différents aux parcours variés, partout en France. Ce sont eux qui font la richesse de cette série.

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

MGP

Être flic

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

LES RÉSULTATS

La série a bénéficié d'un dispositif de communication ambitieux : Lancement de la saison 1 lors d'un événement organisé par la MGP, « Les médailles de l'engagement ». Campagne digitale (réseaux sociaux, display), création d'une bande annonce « teaser » de 30 secondes et d'une page d'une page Instagram « Être flic » (1 000 abonnés).

Résultats ?

- 8 épisodes diffusés entre janvier et avril 2023. De très bons résultats d'écoute et des retours en termes de réputation et de notoriété qui ont décidé la MGP à lancer une saison 2, actuellement en cours.
- 45 000 écoutes / 400 000 vues de la campagne saison 1 en moins de 20 jours / 4 500 abonnés
- De nombreuses reprises sur les réseaux sociaux et reprises médias : presse et plateaux TV
- Une visibilité accrue de la MGP sur les plateformes de podcasts, les réseaux sociaux et dans les médias.