

Liste des Prix 2019

Prix de l'édition

- > **Externe** : Tout type de support print destiné à des publics externes, quel que soit son contenu ou sa périodicité.
- > **Interne** : Tout type de support print destiné à des publics internes, quel que soit son contenu ou sa périodicité.

Prix de la communication digitale Nouveau !

- > **Externe** : Tout dispositif, écosystème, plateforme web, mobile, ou social media qui se distingue par la pertinence de sa stratégie, sa créativité, ses contenus et les résultats obtenus pour promouvoir une marque, une initiative ou une organisation.
- > **Interne** : Tout dispositif visant à promouvoir l'information, la transformation ou l'engagement des collaborateurs avec une stratégie digitale et des contenus originaux diffusés sur des plateformes intranet, internet, mobile ou sur les nouveaux outils ou solutions collaboratives internes.

Prix du rapport annuel des entreprises cotées (CAC 40, SBF 120)

Tout support au service de l'information institutionnelle et financière des entreprises cotées (CAC 40, SBF 120).

Prix du rapport annuel des entreprises non cotées

Tout support au service de l'information institutionnelle et financière des entreprises non cotées.

Prix du one shot

Tout support, interne ou externe, print, digital, vidéo ou audio, conçu et déployé pour une durée limitée dans le temps.

Prix de la campagne de publicité

- > **Corporate** : Toute campagne mono-media ou pluri-media qui valorise l'identité et les engagements d'une entreprise auprès de ses publics, interne et externe.
- > **B2B** : Toute campagne mono-media ou pluri-media conçue pour une institution, une marque ou un produit à l'adresse d'un public professionnel.
- > **B2C** : Toute campagne mono-media ou pluri-media conçue pour une institution, une marque ou un produit à l'adresse de citoyens, d'utilisateurs ou de consommateurs.

Prix de la création de marque Nouveau !

Toute stratégie d'identité, de positionnement et d'activation d'une nouvelle marque ou d'une nouvelle entreprise.

Prix de l'identité visuelle

Création ou évolution d'une identité visuelle de marque ou d'entreprise.

Prix de l'identité sonore Nouveau !

Toute identité sonore de marque corporate ou commerciale, BtoB ou BtoC : signature sonore de marque, habillage sonore de la marque.

Prix du design retail Nouveau !

Tout concept retail : architecture commerciale et/ou aménagement intérieur d'un concept store, d'un pop-up store ou d'un réseau de boutiques.

Prix de l'événement

> **Externe** : Tout événement grand public ou BtoB qui incarne et donne du sens à la stratégie de l'entreprise, marque ou institution.

> **Interne** : Tout événement à destination des collaborateurs qui incarne et donne du sens à la stratégie de l'entreprise, marque ou institution.

Prix de la communication d'influence

Action de relations publiques et médias ayant permis d'améliorer la notoriété, l'image et la compréhension des missions auprès des publics visés.

Prix du site internet

> **Grand Public** : Tout site d'information, de contenus ou de services destinés au grand public.

> **Corporate** : Tout site corporate d'entreprise, d'institution ou d'organisation.

> **E-commerce** : Tout site de vente en ligne.

Prix de la campagne d'intérêt général

Toute campagne en faveur d'un sujet d'intérêt général, axées sur un discours de prévention ou de solidarité dont la vocation est d'améliorer un comportement individuel ou collectif.

Prix de la stratégie d'engagement Nouveau !

Toute stratégie ou dispositif de communication visant à favoriser l'engagement, l'adhésion et la contribution des publics internes ou externes vis à vis d'un projet.

Prix de la communication RSE

Toute stratégie, démarche ou dispositif visant à promouvoir la responsabilité sociétale de l'entreprise ou de l'organisation.

Prix de la marque employeur

Dispositif ou stratégie de communication visant à valoriser un positionnement d'employeur attractif et responsable.

Prix de la communication sur la transformation

Tout dispositif de communication qui aura démontré sa capacité à faire connaître, comprendre et adhérer au changement.

Prix du dispositif médias sociaux Nouveau !

Tout dispositif utilisant les médias sociaux pour informer, faire adhérer ou engager.

Prix du dispositif de communication Nouveau !

- > **Externe** : Tout dispositif à destination de ces publics externes, tout médias confondus, qui aura démontré son efficacité et impact.
- > **Interne** : Tout dispositif à destination de ces publics internes, tout médias confondus, qui aura démontré son efficacité et impact.

Prix du film Nouveau !

- > **Externe** : Toute production cinéma ou vidéo (reportage, fiction, motion design...) diffusée auprès de citoyens, utilisateurs ou consommateurs.
- > **Interne** : Toute production cinéma ou vidéo (reportage, fiction, motion design...) diffusée auprès de collaborateurs d'une entreprise ou d'une institution.

Prix de la communication impertinente

Vous avez osé, votre client.e vous a fait confiance. Montrez-nous de quoi vous avez été capable !

Prix de la communication territoriale Nouveau !

Stratégie ou dispositif porté par les collectivités locales et les organismes publics locaux, visant à valoriser des initiatives et des spécificités d'un territoire.

Prix de la communication publique Nouveau !

Stratégie ou campagne de communication émanant d'une institution ou d'un établissement public.

Prix de la communication pour l'inclusion Nouveau !

Toute stratégie, démarche ou dispositif visant à promouvoir la politique inclusive d'une organisation.

GRAND PRIX & PRIX SPÉCIAUX

Les prix ci-dessous ne sont pas ouverts à candidatures. Ils sont attribués directement par les différents jurys.

1. Grand Prix

Le meilleur prix, toutes catégories confondues. Élu parmi les 1^{ers} prix de chaque catégorie, il est LA référence de l'année.

2. Prix Coup de Cœur du Jury

Oubliant tous les critères, le jury laisse parler l'émotion pour son Prix spécial, décerné parmi tous les dossiers reçus.

3. Prix de la Personnalité communicante

Ce prix est remis à une personnalité qui s'est distinguée dans l'année par ses actions, ses travaux (livres, conférences, etc.) ou ses réflexions dans le domaine de la communication corporate.

4. Prix du meilleur espoir professionnel

Un.e étudiant.e de master en communication est récompensé.e pour sa personnalité, son travail et son ouverture d'esprit. Les écoles ou universités proposent jusqu'à trois de leurs meilleurs espoirs parmi leurs étudiant.e.s.