

23.09.2011 – 14:30 Uhr

## Remise des prix de l'Award Corporate Communications<sup>®</sup> 2011: Communication par excellence



Zurich/Soleure (ots) -

Le jury du prix suisse de la communication intégrée a récompensé pour la septième fois consécutive les campagnes de communication les plus novatrices de l'année en leur attribuant un «Communicator». La cérémonie de remise des prix s'est déroulée au Metropol Zurich. Les médias sociaux ne sont pas en reste puisque l'Award Social Media a été attribué pour la première fois cette année.

Après d'intensives discussions et des débats nourris, son jury a désigné les gagnants de l'édition 2011 de l'Award Corporate Communications<sup>®</sup> ce 22 septembre. Parmi les onze concepts présélectionnés, deux campagnes ont particulièrement séduit le jury et remportent chacune une statuette de bronze. Les gagnants de cette édition sont l'association «login Formation professionnelle» d'Olten pour sa campagne «Login rend le succès possible» et l'agence zurichoise «Jung von Matt/Limmat Public Relations» pour son client Swissmem et sa campagne «Tecmania - entre dans le monde de la technique». Tous deux remportent un «Communicators», la sculpture créée par l'artiste tessinois Pedro Pedrazzini.

Les jeunes judicieusement ciblés

La plateforme centralisée des formations techniques [www.tecmania.ch](http://www.tecmania.ch) est au centre de la campagne Tecmania. «L'intégration des médias sociaux ainsi que l'accroche du jeune public cible ont été particulièrement bien articulés dans le cadre de cette campagne.» explique Nadine Borter, Publicitaire de l'année 2011 et membre du jury. «L'utilisation généreuse d'images et d'éléments interactifs permettent de bien se représenter ce que sont les professions techniques et incitent à leur découverte.» Le deuxième projet récompensé, présente un cahier des charges similaire. L'association formatrice du secteur des transports Login propose à la jeunesse des filières de formation initiales, des stages et des formations continues dans ce secteur d'activités. «La réalisation ciblée et orientée à long terme de la plateforme " [www.login.org](http://www.login.org) " nous a paru parfaitement bien conçue, autant dans les domaines de la communication en ligne que hors-ligne», explique admiratif le juré Beat W. Werder, Head of Corporate Communications de PubliGroupe à Lausanne.

Deux autres campagnes ont également retenu l'attention du jury. Il s'agit de la campagne des «100 ans de la verrerie de St-Prex», réalisée par l'agence Farner de Lausanne, ainsi que la campagne «Brain Bus 2010», conçue par l'agence Life Science Communication de Küssnacht.

Première pour le prix de catégorie Award Social Media

Un nouveau prix de catégorie vient récompenser les meilleures campagnes utilisant les médias sociaux. Il s'agit de l'Award Social Media (lancé le 1er février 2011). 46 campagnes ont participé à cette première édition entre début avril et fin juillet 2011. Pas moins de 37 campagnes correspondaient au cahier des charges imposé par son jury. Plus de 8'400 internautes ont voté en ligne sur

le réseau Facebook et choisi la campagne de l'entreprise « [www.DeinDeal.ch](http://www.DeinDeal.ch) » comme première entreprise gagnante de ce prix. Ce commerçant en ligne a été rejoint sur le podium par les campagnes « [www.myswisschocolate.ch](http://www.myswisschocolate.ch) » ainsi que le projet culturel de la fondation J. S. Bach «Bach er lebt/il vit». Stefan Schär, CEO SocialMediaSchweiz, explique dans le cadre de la remise du prix: «Le succès des campagnes se base sur l'engagement et l'authenticité de leurs commanditaires ainsi que sur le lien affectif qui les rattache à leur communauté d'intérêt. Ce dernier élément a été particulièrement décisif durant la période de vote en ligne.»

Conférence: Des besoins des clients à l'Eurocrise

Deux conférences intéressantes ont agrémenté ces deux remises de prix. Le Dr. Guido Keel, chargé de cours et spécialiste des médias à l'Institut IAM de sciences média appliquées de la Haute-Ecole ZHAW de Winterthur, a débattu la question «de l'utilité des médias sociaux dans le cadre de la communication institutionnelle». Il a démontré «L'importance croissante de l'utilisation des médias sociaux dans le cadre de la communication d'entreprise, un fait rarement plus contesté aujourd'hui». «Mais seulement lorsque le groupe cible reconnaît la valeur ajoutée de l'application en question et apprécie son utilité.» Les applications pratiques de cette théorie ont été illustrées par les co-conférenciers Roman Probst, CEO Translation-Probst AG, et Beat Z'gaggen, directeur de Worldsites.

Une deuxième conférence a été donnée par Hanning Kempe, CEO de Grayling Suisse, sponsor de l' Award Corporate Communications®, sur le thème de «La communication dans le cadre tendu de l'Eurocrise. Monsieur Kempe a traité la question de la tempête actuelle concernant la variation du cours de l'Euro. Il a mis en garde son auditoire contre les mauvais enseignements en la matière. «La cherté proportionnelle du franc renforce la pression sur l'exportation de services helvétiques à l'étranger, telles que les prestations en matière de design ou de programmation informatique. Cette tendance n'est pas nouvelle mais s'accélère en période d'appréciation du franc. Les prestataires de services en matière de communication n'échappent pas à ce phénomène. Les consultants suisses doivent faire preuve d'encore plus de professionnalisme, durant cette période, pour remporter la mise. C'est le meilleur moyen de tirer leur épingle du jeu avec brio»

Cette 7ème édition de remise des prix a été soutenue par de nombreux partenaires - dont les deux parrains du prix Grayling Suisse et news aktuell ainsi que le groupe d'experts SocialMediaSchweiz. Les plus sincères remerciements des organisateurs vont au public présent, aux participants, membres du jury et l'initiateur du prix suisse de la communication intégrée en la personne de Roland Bieri, propriétaire de l'agence de communication Bi-Com, ainsi qu'aux gagnants du prix, longuement fêtés dans le cadre de l'apéritif qui a clôturé la remise de prix.

A propos de l' Award Corporate Communications®

L' Award Corporate Communications®, qui récompense les prestations les plus créatives de la communication intégrée, est décerné chaque année. Son objectif est de favoriser la communication professionnelle interne et externe des entreprises, des organismes à but non lucratif et de l'administration publique. Il récompense les concepts présentés par les professionnels qui communiquent de manière créative selon un concept intégré - parvenant ainsi à développer une communication durable avec les groupes de dialogue concernés. Sont autorisés à participer les créatifs et concepteurs travaillant seuls ou en équipe au sein d'une agence, d'une entreprise ou de toute autre organisation. La qualité des concepts de communication et leur mise en oeuvre seront évaluées par un jury de professionnels.

A propos de l' Award Social Media

Ce nouveau prix de catégorie est attribué pour la première fois en 2011. Il récompense des concepts de communication axés principalement sur les médias sociaux. Ce prix illustre l'importance croissante des médias sociaux dans le cadre de la communication d'entreprise. Les campagnes candidates doivent être conçues de façon cross-médiales et utiliser au moins trois médias différents.

Contact:

Award Corporate Communications  
Organisation: Aw-CC, Roland Bieri  
Kronengasse 15  
CH-4501 Soleure  
E-Mail: [mail@award-cc.com](mailto:mail@award-cc.com)  
Tél.: +41/32/621'89'60

Medieninhalte



Les heureux gagnants de l'édition 2011 avec leur Communicators pesant 2,4 kg créés par l'artiste tessinois Pedro Pedrazzini. Texte complémentaire par ots et sur [www.presseportal.ch](http://www.presseportal.ch).  
L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/Award Corporate Communications".



Le Metropol à Zurich-City: 126 invités ont participé à la cérémonie de remise des prix 2011. Texte complémentaire par ots et sur [www.presseportal.ch](http://www.presseportal.ch). L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/Award Corporate Communications".



Roland Bieri, fondateur de l'agence Bi-Com.ch et son équipe met en scène le prix suisse de la communication intégrée depuis l'an 2005. Texte complémentaire par ots et sur [www.presseportal.ch](http://www.presseportal.ch). L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/Award Corporate Communications".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008000/100704470> abgerufen werden.