

## Communiqué de presse

### Le Club de la Com dévoile à l'Hôtel de Région le palmarès de la 1ère édition des Trophées de la Com Midi-Pyrénées

Le Club de la Communication de Toulouse Midi-Pyrénées a remis mercredi 26 septembre 2007 les trophées la Communication de Midi-Pyrénées, à l'Hôtel de Région, lors d'une soirée de prestige réunissant près de 500 invités.

76 candidatures étaient en compétition dans les 9 catégories proposées (Tourisme, culture, citoyenneté...) et représentaient par leur diversité d'origine, de taille, cible, type, moyens, le panel des stratégies de la communication d'aujourd'hui : communication externe, corporate, relations publiques, événementiel, interne... communication visuelle, sonore, virtuelle...

Les trophées ont été attribués par un jury de 8 éminents professionnels de la communication \* qui ont eu à départager les meilleures actions et campagnes de communication de 2006 et 2007, présentées par des annonceurs et agences de la Région Midi-Pyrénées, adhérents ou non du Club de la Communication.

Le jury a ainsi pu évaluer toutes les candidatures sur des critères de stratégie (cible, objectifs de la campagne ou de l'action), de communication (compréhension, originalité, crédibilité ...), d'exécution (qualité de la réalisation, pertinence des supports ...) et sur les résultats (mesure des résultats, impact de l'action ou de la campagne...).

Les trophées, œuvre originale de l'artiste Jean-Louis TOUTAIN, ont été décernés par catégorie :

→ **Bien être, santé et sport** : Agence ACTENGO / SL Dimension pour la campagne « Osmoz, The perfume island » (Communication virtuelle dans Second Life pour Osmoz, créateur de parfums)

→ **Environnement et développement durable** : ASSEDIC Midi-Pyrénées pour sa journée du développement durable (Action de communication interne pour tout le personnel des Assedic de Midi- Pyrénées)

→ **Culture** : **Société Sportive des Courses de Toulouse associée à l'agence Novo pour la soirée Cirque de l'Hippodrome de Toulouse** (Campagne globale grand public dans le cadre des soirées à thème de Toulouse Courses)

→ **Innovation, recherche et développement** : **Agence RIVIERE & CO pour la campagne sur l'attractivité économique du département des Pyrénées Atlantiques** (campagne globale attractivité haute technologie du département 64 pour les décideurs et relais d'opinion)

→ **Agroalimentaire** : **Agence LATGES Associés pour la campagne « Roquefort Papillon : insaisissable depuis 1906 »** (Campagne nationale grand public et PLV)

→ **Services** : **Agence HVA Conseil pour la campagne « Paris-Perpignan Light » du Viaduc de Millau** (campagne animation et objet publicitaire (cannette) pour les professionnels de la route pour désengorger la vallée du Rhône en empruntant le Viaduc de Millau)

→ **Tourisme** : **Agence DDB Travel et Tourisme pour la campagne « Ax la station » de la Ville d'Ax les Thermes** (Campagne grand public et B to B)

→ **Citoyenneté et social** : **URSSAF Midi-Pyrénées pour sa campagne « Black job »** (Campagne régionale grand public contre le travail au noir)

**Le coup de cœur du jury également été attribué à l'agence ICOM pour sa campagne « Archidurable ».**

Retrouvez tous les visuels des gagnants ainsi que les photos de la soirée sur notre blog : <http://trophees.clubcom-mp.com>

#### **Contact Presse :**

Isabelle Hardy  
Présidente du club de la communication  
Tél : 06 81 08 29 37  
[clubcom@aol.com](mailto:clubcom@aol.com)

**\* Les 8 membres du jury :**

- **Hervé Brossard**, Vice-président de DDB Monde, Président de l'AACC (Association des Agences Conseils en communication)
- **Eve Demumieux**, Directrice de la Communication, France 3
- **Jean-Marc Gancille**, Directeur de la Communication Orange Aquitaine et Vice-président de l'APACOM (Association des professionnels de la Communication d'Aquitaine)
- **Michel-Hubert Jamard**, Vice-Président Communication Nuclear Business, Areva
- **François Kohler**, Directeur de clientèle, Lowe Strateus
- **Jacques Lendrevie**, Professeur émérite HEC, auteur des Publicator et Mercator
- **Yvonne Poncet-Bonissol**, Psychologue clinicienne, Psychanalyste, Ancienne journaliste santé, Attachée de presse
- **Dominique Porté**, Directeur de développement La Gazette de Montpellier

**LE TROPHEE est une œuvre originale créée spécialement pour le Club de la com par l'artiste Jean-Louis Toutain.**



***Le trophée :***

***Créé en 2007 par Jean-Louis Toutain***

***Taille : 30 x 7 x 6***

***Nommé IRIS par l'artiste : IRIS était la messagère des Dieux dans la mythologie grecque. On la représente sous la figure d'une gracieuse jeune fille avec des ailes brillantes de toutes les couleurs réunies. Les poètes prétendaient que l'Arc en Ciel était la trace du pied d'IRIS descendant de l'Olympe pour porter un message.***



Le club de la Com tient à remercier tous ses partenaires et au premier rang desquels le **Conseil Régional Midi-Pyrénées** qui a accueilli la cérémonie de remise des trophées.

Nos autres partenaires :

### **Partenaires institutionnels :**

**Le Grand Toulouse  
Conseil Général de la Haute-Garonne**

### **Partenaires entreprises :**

**Air France  
Teleperformance Midi-Aquitaine  
Studio Urbain  
SFR  
Courte Echelle Prod  
AKERYS  
EDF  
Digital offset**

### **Partenaires médias :**

**NRJ  
MID e-news  
TLT  
La Dépêche du Midi  
Lagardère publicité  
MPS**