



TROPHÉES
D E L A
COM



→ DOSSIER
DE PRESSE

Septembre 2009

www.clubcom-mp.com



Le Club de la Com organise la deuxième édition des Trophées de la Com. Midi-Pyrénées

- Le Club de la Communication de Toulouse Midi-Pyrénées qui compte à ce jour plus de 230 adhérents, organise les Trophées de la Com. en Midi-Pyrénées.
- Ce concours a pour objectif de récompenser les campagnes et actions de communication significatives de septembre 2007 à aujourd'hui des annonceurs et agences de communication de la région Midi-Pyrénées.
- 75 dossiers de candidature ont été déposés et départagés par un jury de professionnels de la communication.
- La cérémonie de remise des prix a lieu le lundi 28 septembre 2009 à 18h30 à l'Hotel de Région – Toulouse.



→ Catégories du concours

1. Marketing opérationnel on-line et off-line : marketing direct, street marketing, animations sur le lieu de vente, opérations de buzz (jeux concours on line, films vireux, blogs ...),

2. Opérations évènementielles, relations presse, relations publiques

3. Opérations de communication interne : séminaires, conventions...

4. Opérations spéciales : opérations de sponsoring, cobranding...

5. Campagnes de publicité : presse, radio, affichage, TV, cinéma, téléphonie mobile...

6. Editions : magazine d'entreprise, rapport annuel...

7. Sites internet : site de marques, site de produits, site évènementiel...

8. Identités visuelles / identités de marque / design : créations, évolution de logo, packaging, produits, architecture commerciale...

9. Opérations de communication globale : cette catégorie accueille les campagnes utilisant au moins 3 des moyens de communication cités ci-dessus.

Un prix spécial sera remis hors catégorie : **le prix spécial du jury.**



→ Le Jury

Un jury composé de professionnels de la communication issus d'entreprises, d'agences conseil en communication ou d'organismes divers, évaluera les candidatures sur la base d'une grille d'évaluation commune à tous. Chaque membre disposera d'une voix.

Ce jury franco-espagnol présidé par François KOHLER et Enric CASAS délibérera 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...) mais aussi sur un critère de développement durable.

François KOHLER

Directeur de la Communication, Conseil d'Etat

Enric CASAS

Directeur de la Communication, Mairie de Barcelone

Hervé BROSSARD

Président, Omnicom Média Groupe

Joëlle VAUCELLE

Directrice de la Communication, Net Entreprises.

Jean-Marc DECAUDIN

Professeur ESC et IAE Toulouse (Master Marketing)

Séverine LEBRE

Directrice déléguée à la direction de la communication Veolia Environnement

Sophie SACHNINE

Directrice générale, Publications Métro France

Santiago TORRES

Directeur de la Communication, Transports Urbains Barcelone

Alice AUDOUIN

Responsable Développement Durable, Havas Media France

Jean MULLER

Directeur Général Délégué, JCDecaux



→ Le Trophées IRIS, une œuvre originale de 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.

Né à Toulouse en 1948, Jean-Louis Toutain est attiré dès son plus jeune âge par le dessin, la peinture, le modelage. C'est un surdoué des créations manuelles, et il aime l'art.

Après le certificat d'étude, qu'il obtient sans problème mais non sans panache grâce à ses notes en dessin, il entre aux Beaux-Arts. Il a 14 ans. Pendant trois ans, il suit des cours le soir, céramique et décoration. Dans la journée, il travaille comme apprenti céramiste.

Commence une longue période qu'il considérera comme un temps de gestation. Il peint, il dessine, il sculpte et travaille dans les milieux les plus divers, publicité, industrie, théâtre, architecture intérieure, ergonomie, imprimerie, design de jouets. Il accumule les expériences, engrange les connaissances, expérimente les techniques et les matériaux.

À 40 ans, il sent que la maturité est venue et avec elle s'impose la nécessité de construire son propre univers. Autre évidence : il sera avant tout sculpteur. Il largue les amarres académiques et prend le large. Un parcours d'artiste heureux : les années incertaines débouchent sur une reconnaissance nationale et internationale, des expositions et des prix dont la plus grande valeur, pour Toutain, est d'attester la reconnaissance de son talent par le public. Car, fidèle à ses idéaux de jeunesse, il préfère toujours la rue au musée et l'émerveillement d'un enfant aux récompenses officielles. Même si elles lui font grand plaisir, comme la médaille de meilleur ouvrier de France obtenue en 1991 pour son oeuvre sculpturale et décorative. Cette consécration lui permettra d'aborder de nouveaux domaines, notamment celui des sculptures publiques. Toutain a dorénavant atteint une somptueuse plénitude qui jamais, pourtant, n'a aboli cette part d'inquiétude féconde qui seule permet d'avancer, et grâce à laquelle il nous touche toujours. Ses oeuvres sont présentes dans de nombreuses collections privées et publiques, en France et à l'étranger.



Décédé le 15 mai 2008, le Club de la Com' lui rendra un hommage tout particulier lors de la cérémonie de remise des Trophées.



→ L'édition 2007

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

Pour rappel, la première édition avait récompensé :

→ 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 : **RIVIERES & 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 : **LATGES et 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 : **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 ».



Les lauréats 2007 et le jury.



→ **Les Partenaires :**



La Région Midi-Pyrénées accueille la soirée de remise des Trophées de la Com. pour la deuxième année.

→ **Partenaires institutionnels :**



MAIRIE DE  **TOULOUSE**
www.toulouse.fr

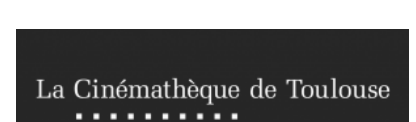
→ **Partenaires financiers :**



→ **Partenaires médias :**



→ **Avec le soutien de :**





→ Le Club de la Com'

Le Club de la Communication Toulouse Midi-Pyrénées est le 1er club régional dans son domaine, puisqu'il fédère les professionnels des métiers de la communication depuis 1980 et rassemble aujourd'hui **plus de 200 membres**.

Lieu d'échanges, de partage de savoir-faire, le Club permet à ses adhérents de développer leurs compétences et leurs connaissances au contact d'autres professionnels, de créer des synergies dans le cadre d'un enrichissement mutuel.

Capteur de nouvelles tendances, le Club se donne également pour mission de se trouver **au cœur des enjeux actuels de la communication** : stratégies ou technologies de l'information et de la communication (développement durable, formation et emploi, innovation, communication de crise...).

Les événements du Club

Les événements ou actions organisés durant l'année donnent l'occasion aux membres de se retrouver régulièrement. Ces rendez-vous, qui rassemblent entre **40 et 150 membres**, prennent des formes très variées :

- Présentation des nouveaux adhérents autour d'un apéritif amical.
- Visites de sites industriels ou institutionnels.
- Manifestations thématiques sous forme d'ateliers : ouvertes aux non-adhérents.
- Sorties et soirées culturelles, ludiques et festives.

...et les temps forts :

- Apéritif de rentrée, en septembre.
- Cérémonie des vœux, en janvier.
- Assemblée générale et soirée annuelle, en juillet.
- Trophées de la Communication : concours de campagnes de communication, tous les deux ans.

Le Club en quelques chiffres

29 ans d'existence

220 membres, dont 15 administrateurs

+ de 30 adhérents, chaque année

12 événements annuels minimum

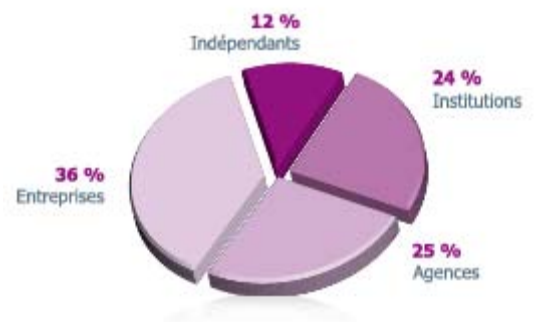
+ de 10 commissions thématiques



Qui sont les membres du Club ?

Responsables de communication d'entreprises ou de collectivités, prestataires en communication (agences, rédacteurs, graphistes, consultants, attachés de presse...) tous secteurs d'activité confondus.

Tout membre doit pouvoir justifier d'une activité professionnelle à hauteur de 80 % en lien avec un métier de la communication et s'acquitter d'une cotisation d'adhésion.



Le Conseil d'administration

- Josy Aquilina
- Jean-François Audiguier – *ARDESI*
- Audrey Balagué - *ARDESI*
- Valérie Dijou
- Pierre Dissaux - *VEOLIA EAU*
- Isabelle Duchamp - *VEOLIA ENVIRONNEMENT*
- Chrystèle Gaillac – *LES EDITIONS DU SENECHAL*
- Régis Goudouly - *AIR FRANCE*
- Michèle Guallar - *TISSEO*
- Cécile Fiorenzo
- Agathe De Langhe
- Laurent Olivaud - *JCDECAUX*
- Aziliz de Veyrinas - *OBJECTIF NEWS*
- Charles de Villepoix – *CDV EVENEMENTS*
- Florence Willm - *SEM CONSTELLATION*

Le Club de la Com' est présidé depuis juillet 2008 par Chrystèle Gaillac, dirigeante des Editions du Sénéchal.



Retrouvez les photos de la soirée et les visuels des campagnes primées
sur notre site dès le 30 septembre :

www.clubcom-mp.com

Contacts Presse :

Chrystèle Gaillac

Présidente

chrystele.gaillac@wanadoo.fr

06 81 08 26 61

Nathalie Mathonnière

Coordnatrice

coordination@clubcom-mp.com

06 64 93 94 71