



**COMMUNICATION
SANS FRONTIÈRES**

Communiqué de presse
Paris, le 13 octobre 2011

Palmarès du 6^{ème} Grand Prix de la Communication Solidaire

Lors de sa 6^{ème} édition, le Grand Prix de la Communication Solidaire a été décerné, mercredi 12 octobre 2011, à Amnesty International pour l'application « Projection » réalisée par l'agence La Chose.

L'édition 2011 du Grand Prix de la Communication Solidaire, organisée par l'association **Communication sans Frontières**, a confirmé sa vocation de récompenser les professionnels de la communication et acteurs du secteur solidaire pour la qualité et l'éthique de leurs campagnes publicitaires.

Présidé par **Benoît MIRIBEL**, Président d'Action Contre la Faim, le jury était composé de Patricia Khénouna, Rédactrice en Chef adjointe du Reader Digest, Angela de Santiago Directrice de Youphhil.com, Jean-Pierre Gilles ancien chargé de communication de l'abbé Pierre, Fabrice Epelboin éditeur de la version française de ReadWriteWeb, Eric Tong Cuong Fondateur de la Chose et de Naïve, Marielle Durandet Vice Présidente de BETC EuroRSCG, Bénédicte Menanteau déléguée générale de l'ADMICAL, Jean-Baptiste Hespel directeur de la communication de Système-U.

C'est l'application mobile « Projection » réalisée par l'agence La Chose pour Amnesty International qui a reçu le Grand prix du jury du 6^{ème} Grand Prix de la Communication solidaire.

« Le cru de cette année est marqué par deux grands courants qui sont en train de s'imposer au niveau de la communication du tiers secteur et font, en conséquence, évoluer le Grand prix de la communication solidaire notamment par l'arrivée des nouvelles technologies. D'un côté, des moyens de communication précédemment utilisés de façon limitée par les associations, fondations deviennent centraux. Le Grand prix de cette année avec l'application mobile d'Amnesty en est un bon exemple. Le Digital fait enfin brillamment son entrée dans la communication solidaire. De l'autre, on peut constater qu'un écart se creuse avec les médias traditionnels. En effet, le hors média revient en force grâce à l'utilisation de nouvelles techniques événementielles, redonnant à la rue une place qu'elle avait perdue ». Explique Bruno David, Fondateur du Grand Prix de la Communication Solidaire et Président de Communication Sans Frontières.

Les résultats du 6^{ème} Grand Prix de la Communication Solidaire

6^{ème} Grand Prix de la communication solidaire :
campagne-application mobile Amnesty International « Projection »
Agence : La Chose

+ Prix du jury pour la cohérence et l'ensemble de la communication : Samu Social / Agences : Publicis Conseil / Marcel

VISIONNEZ TOUTES LES CAMPAGNES PRIMÉES SUR LE SITE :
www.communicationsansfrontieres.net

Presse :

1^{er} : APF "le siege" / Agence : BDDP Unlimited
2^{ème} et Prix du Public : Samu Social / Agence : Publicis Conseil

Affichage :

1^{er} : Samu Social / Agence : Publicis Conseil
2^{ème} : APF « places réservées » / Agence : BDDP Unlimited
Prix du Public : La Licra / Agence : Publicis Conseil
Prix coup de cœur pour l'utilisation globale de l'événement marketing : Fondation Abbé Pierre / Agence : BDDP Unlimited

TV / Cinéma :

1^{er} : Amnesty International « les poupées russes » / Agence : La Chose
2^{ème} : Solidarités International / Agence : BDDP Unlimited
3^{ème} : Institut Curie / Agence : Mediaprism
Prix du Public : Fondation Abbé Pierre « Carton rouge » / Agence BDDP Unlimited

Radio :

Pas de prix

Internet / Numérique :

1^{er} : Amnesty International « Projection » / Agence : La Chose
2^{ème} et prix du Public : Samu Social « 24h dans la vie d'un SDF » / Agence : Publicis Conseil / Marcel
3^{ème} : Ni putes, ni soumises / Agence : Publicis Conseil / Marcel



A propos du Prix du Public¹ :

Pour la cinquième année consécutive, Harris Interactive se joint au Grand Prix de la communication solidaire en organisant le Prix du Public. « *C'est un moyen pour nous de contribuer à la communication solidaire. Harris interactive est un institut d'études, il nous semblait donc logique de nous positionner comme porte parole du grand public* » explique Nathalie Perrio-Combeaux, Directrice Associée de Harris Interactive en France.

A propos de Communication Sans Frontières (CSF) :

Reconnue d'intérêt général, l'ONG à but non lucratif Communication Sans Frontières fédère des professionnels, étudiants, chercheurs en sciences et techniques de l'information et de la communication (STIC). Ces professionnels organisent et suscitent depuis plus de 5 ans des débats de fond et de forme sur la communication humanitaire, caritative, des grandes causes, du commerce équitable et du développement durable. CSF a été créée en 2003 par Bruno Georges David, spécialiste de la communication (RSCG, Publicis, McCann-Erickson, TBWA) et président de l'ONG médicale Noir&Blanc, qui intervient en Afrique pour aider les victimes de la drépanocytose (maladie génétique touchant des millions de personnes et en particulier les enfants). Il est Président de l'association Un Fauteuil A la Mer et Vice Président de Logistique Médicale Humanitaire. www.communicationsansfrontieres.net

BANQUES IMAGES PHOTOS / VIDEOS / AUDIOS :

Toutes les campagnes Affichage, Presse, TV, Internet et Radio sont disponibles en haute définition sur simple demande

CONTACTS PRESSE CSF-

Nathalie Belloc - Publicis Activ

Tel : 01 58 36 46 18 - Nathalie.belloc@publicisactiv.fr

¹ Méthodologie : Sondage réalisé en ligne par l'Institut d'études Harris Interactive auprès d'un échantillon de 1000 répondants représentatif de la population française (15 ans et plus) sur les critères de sexe, âge, CSP et lieu d'habitation. Sondage réalisé auprès de l'Access panel de Harris Interactive semaines du 24 août et 7 septembre 2011.