



PALMARÈS

MediaPro

PROMOUVOIR L'INFORMATION PROFESSIONNELLE

**LE MEILLEUR
DE L'INFORMATION
PROFESSIONNELLE**

LES LAURÉATS 2019

Une presse engagée et combative



30 janvier 2019 n° 20

PUBLICATIONS MEMBRES DE MEDIAPRO

ACTEURS DE LA VIE SCOLAIRE	ELECTRONIQUES	OFFICIEL DE LA FRANCHISE (L')	www.achatpublic.info
ACTEURS DU SPORT	ELEVEUR DE LAPINS (L')	OFFICIEL DES CUISINISTES (L')	www.actionco.fr
ACTEURS PUBLICS	ELEVEUR LAITIER (L')	OFFICIEL DES TRANSPORTEURS (L')	www.acuite.fr
ACTION CO	EMBALLAGES MAGAZINE	OPERATIONS IMMOBILIERES	www.agefi.fr
ACTUALITE JURIDIQUE PENAL	ENERPRESSE	PAPETIER DE FRANCE (LE)	www.agefiactifs.com
AGEFI ACTIFS (L')	ENTRETIEN TEXTILE	PAYSAGE ACTUALITES	www.argusdelassurance.com
AGEFI HEBDO (L')	ESPACE PUBLIC & PAYSAGE	PdM - Produits de la mer	www.associationmodeemploi.fr
AGENCEUR (L')	ESTETICA FRANCE	PETROLE & GAZ INFORMATIONS ENERGIES	www.auto-infos.fr
AGRO DISTRIBUTION	ETAPES	NOUVELLES	www.baselopresse.fr/bbi
AJ FAMILLE - ACTUALITE JURIDIQUE FAMILLE	FICHES PRATIQUES DE LA POLICE	PLASTIQUES & CAOUTCHOUCS MAGAZINE	www.batiactu.com
AJCT - Actualité Juridique Collectivités	TERRITORIALE (LES)	PLM (Production Laitière Moderne)	www.cadreville.com
Territoriales	FICHES PRATIQUES DE L'ADMINISTRATION	POINT BANQUE	www.cb-expert.fr
AJDA - Actualité Juridique Droit Administratif	TERRITORIALE (LES)	POINT BANQUE : lettre Assurance	www.chantiersdefrance.fr
AMC - LE MONITEUR ARCHITECTURE	FICHES PRATIQUES FINANCIERES (LES)	des particuliers	www.chefdentreprise.com
ANIMAL DISTRIBUTION	FICHES PRATIQUES TECHNIQUES (LES)	POINT BANQUE : lettre banque hebdo	www.constructioncayola.com
ARGUS DE L'ASSURANCE (L')	FILIERE SPORT	POINT BANQUE : lettre banques des entreprises	www.controles-essais-mesures.fr
ARTISANS & BOIS	FILIERES AVICOLES	POINT BANQUE : lettre banques des particuliers	www.courrierdesmairies.fr
ARTISANS MAG	FLUIDES & TRANSMISSIONS	POINT BANQUE : lettre banques	www.daf-mag.fr
ARTISANS, Boulangers, Pâtisseries,	FORMES DE LUXE	des professionnels	www.dalloz.actualite.fr
Chocolatiers, Glaciers	FORMULE VERTE	POINT BANQUE : lettre financement	www.decision-achats.fr
ASSISTANT(E) PLUS	FRANCE AGRICOLE (LA)	des particuliers	www.directions.fr
ASSOCIATIONS MODE D'EMPLOI	FRANCE GRAPHIQUE	POINT BANQUE : lettre observatoire	www.distribinvest.com
AUTO INFOS	FRANCE ROUTES	des produits bancaires	www.ecommercemag.fr
AUTOMOBILE & L'ENTREPRISE (L')	GALVANO ORGANO	POINT BANQUE : lettre observatoire	www.electroniques.biz
AUXILIAIRE VETERINAIRE (L')	GAZETTE DES COMMUNES DES DEPARTEMENTS	des produits d'assurance	www.emarketing.fr
BATIMENT ENTRETIEN - Hygiène - Propreté -	ET DES REGIONS (LA)	POINT BANQUE : lettre sécurité informatique	www.enerpresse.com
Multiservices - Déchets	GAZETTE SANTE-SOCIAL	POINT BANQUE : lettre systèmes de paiement	www.filiere-3e.fr
BBI (BRICOLAGE BATIMENT INDUSTRIE)	GENIE CLIMATIQUE MAGAZINE	POINT BANQUE : lettre technologies bancaires	www.fluidestransmissions.com
BIEN VU	GEOMATIQUE EXPERT	POINTS DE VENTE	www.gazette-sante-social.fr
BIKE ECO	GEROSCOPIE POUR LES DECIDEURS	PORC MAG	www.genieclimatique.fr
BIO FIL	EN GERONTOLOGIE	PRESCRIPTION BETON	www.geroscopie.fr
BIP - Le Bulletin de l'Industrie Pétrolière	GRANDES CUISINES	PROCESS ALIMENTAIRE	www.industrie-technologie.com
BOIS MAG	GREEN MAGAZINE	PROFESSION PAYSAGISTE	www.influencia.net
BOUTIQUE2MODE	HOTELLERIE RESTAURATION (L')	PROTECTION SOCIALE INFORMATIONS	www.infobureau.com
BRA tendances restauration	INDUSTRIE HOTELIERE	RAYON BOISSONS	www.j7agefi.fr
BRIEF	INDUSTRIE PHARMA	RECUEIL DALLOZ	www.journal-aviation.com
BTP MAGAZINE	INFLUENCIA	RECYCLAGE RECUPERATION	www.journaldelenvironnement.net
BTP RAIL	INFO BURU MAG.	RELATION CLIENT MAGAZINE	www.kheox.fr
BUS & CAR CONNEXION	INFO CHIMIE MAGAZINE	RESTAURATION COLLECTIVE	www.lacuisinepro.fr
BUS & CAR TOURISME DE GROUPE	INTERMEDIA	REVUE DE DROIT DU TRAVAIL	www.lafranceagricole.fr
CAD-MAGAZINE	IRRIGAZETTE - International irrigation magazine	REVUE DE L'ALIMENTATION ANIMALE (LA)	www.lagazettesdescommunes.com
CAHIERS D'OPHTHALMOLOGIE (LES)	IT - INDUSTRIE ET TECHNOLOGIES	REVUE DU JOUET (LA)	www.larpf.fr
CAHIERS DU FLEURISSEMENT (LES)	JAUTOMATISE	REVUE GENERALE DES ROUTES	www.lechef.com
CAHIERS DU TOURISME (LES)	JOURNAL DE LA MARINE MARCHANDE	ET DE L'AMENAGEMENT	www.lechommerces.fr
CAHIERS JURIDIQUES DE LA GAZETTE (LES)	JOURNAL DE LA MECANISATION FORESTIERE	REVUE LAMY DE LA CONCURRENCE	www.lechoturistique.com
CAHIERS LAMY DU CSE (LES)	JOURNAL DES CASINOS	REVUE LAMY DROIT CIVIL	www.leclaircur-coiffeurs.com
CB NEWS	JOURNAL DU TEXTILE	REVUE LAMY DROIT DE L'IMMATERIEL	www.lemoci.com
CFP - Chaud Froid Performance	JOURNAL JARDINERIES - L'Expert de vos marchés	REVUE URBANISME	www.lemondedusurzele.fr
CHANTIERS DE FRANCE	JURIS ASSOCIATIONS	RIA (Revue de l'Industrie Agroalimentaire)	www.lemoniteur.fr
CHEF (LE) - Le magazine des chefs de cuisines	JURISPRUDENCE AUTOMOBILE	ROUTE ACTUALITE	www.lettredesachats.com
CHEF D'ENTREPRISE - Décrypter Agir Innover	LETTRE DES ACHATS (LA)	RPF (LA) - Cuisine Pro	www.lettreducadre.fr
CHIMIE PHARMA HEBDO	LETTRE DU CADRE TERRITORIAL (LA)	RPF (LA) - Revue Pratique du Froid	www.lhotellerie-restauration.fr
COMMERCE MAG	LETTRE DU SPECTACLE (LA)	et du conditionnement d'air	www.lineaires.com
CONTRATS PUBLICS - ACTUALITE MONTEUR JURIS	LIAISONS SOCIALES QUOTIDIEN	SALLES PROPRES	www.livreshebdo.fr
CORRESPONDANCE DE LA PRESSE (LA)	LIEN HORTICOLE	SCENE (LA)	www.lsa-conso.fr
CORRESPONDANCE DE LA PUBLICITE (LA)	LINEAIRES	SERVICES	www.mesures.com
COURRIER DES MAIRES ET DES ELUS LOCAUX (LE)	LIVRES HEBDO	SOLS MURS PLAFONDS	www.newsmanagers.com
CTB - Les Cahiers Techniques du Bâtiment	LSA	SPORTéco	www.papetierdefrance.com
CUISINIER (LE)	M & T2	STORES & FERMETURES	www.pointsdevente.fr
CULTURES MARINES	MACHINES PRODUCTION	STRATEGIES	www.porcsmag.com
DAF MAGAZINE	MARIN (LE)	TECHNI - CITES	www.processalimentaire.com
DALLOZ AVOCATS Exercer et entreprendre	MARINES ET FORCES NAVALES	TECHNOLOGIE DENTAIRE	www.processpropre.fr
DALLOZ IP/IT	MARKETING	TERRAINS DE SPORTS MAGAZINE	www.rayon-boissons.com
DECISION ACHATS	MESURES	THURIES MAGAZINE GASTRONOMIE	www.relationclientmag.fr
DECISION ATELIER	MOCI (LE)	TOUR HEBDO	www.ria.fr
DECISION ATELIER PL	MONDE DES ARTISANS (LE)	TRAITEMENTS & MATERIAUX	www.services-proprete.fr
DIRECTION[S]	MONDE DU SURGELE (LE)	TRAMETAL	www.strategies.fr
DOC ACCOMPAGNEMENT	MONITEUR DES TRAVAUX PUBLICS	TRIBUNE (LA)	www.technicites.fr
DOC ALZHEIMER	ET DU BATIMENT (LE)	TRIBUNE DES AUTO ECOLES (LA)	www.traitementsetmatériaux.fr
DOC DOMICILE	MONITEUR EXPORT (LE)	USINE NOUVELLE (L')	www.transmission-expert.fr
DOUBLE LIAISON	NEGOCE - Le média de la distribution bâtiment	VIGNE (LA)	www.tribune-auto-ecoles.fr
ECLAIREUR (L')	NEO RESTAURATION	VILLE, RAIL & TRANSPORTS	www.usinenouvelle.com
ECCOMMERCE - Le média du cross canal	NOUVELLES FISCALES (LES)	VOYAGES & STRATEGIE	



Delphine CHÈNE
Présidente de MediaPro

ÉDITION

— LA PRESSE PRO : UN SECTEUR QUI ACCOMPAGNE LES CHANGEMENTS

Si un secteur a dû s'adapter ces dernières années, c'est bien celui de la presse. Bousculés dans leurs habitudes, les éditeurs BtoB ont dû se remettre en cause pour accompagner leur lectorat dans un environnement en pleine transformation.

La presse professionnelle a su relever ce défi en innovant, en faisant évoluer ses métiers, tout en continuant à remplir sa mission première : offrir de l'information de qualité sous format print, mais aussi désormais sur des sites Internet, des applications et même sur les réseaux sociaux consciente que recourir à plusieurs canaux pour rester leader et atteindre sa cible est devenu nécessaire.

Ce 20^{ème} Palmarès MediaPro est une nouvelle fois l'occasion de réunir tous ceux qui participent au succès et au dynamisme de l'information professionnelle, et de mettre un coup de projecteur sur la qualité de leurs productions, leur capacité à se transformer, à diversifier leurs activités, et à trouver de nouvelles sources de financement pour coller aux enjeux actuels et à venir.

MediaPro avait cette année fait le choix d'élargir le profil des membres du jury, en allant les chercher au-delà du monde de l'édition, en faisant appel à des spécialistes venus des secteurs de la communication, de l'identité graphique, du digital, des ministères... Des jurés, lecteurs de la presse de leur secteur, dont l'hétérogénéité a apporté une richesse supplémentaire lors des débats. Chacun d'entre eux a pu apporter son point de vue, différent en fonction de son univers d'origine, et tous se sont dit bluffés par la qualité des textes proposés, la richesse des illustrations, le soin apporté aux couvertures et ont apprécié la capacité du secteur à évoluer et se renouveler. Les jurés ont aussi souligné la qualité d'une presse qui, tout en s'adressant à des spécialistes, parvient à traiter de sujets pouvant intéresser un public bien plus large, en sachant se mettre à la portée de tous.

Ce Palmarès 2019 fait une nouvelle fois la démonstration que, malgré les turbulences rencontrées, le secteur de l'édition BtoB garde le cap et poursuit son objectif : informer, capitaliser sur le lien qui l'unit à ses lecteurs, tout en sachant se réinventer.

Les titres récompensés l'attestent, et ils n'ont pas fini de nous surprendre.

Bonne lecture.



UNE PRESSE ENGAGÉE ET COMBATIVE

Lorsqu'on évoque la presse, c'est trop souvent pour parler de ses difficultés. Sans les nier, le Palmarès MediaPro a pour vocation de mettre en avant ses success story, son dynamisme et sa capacité à s'adapter, se renouveler et saisir les occasions de se diversifier. Si chaque année les éditeurs de Presse Professionnelle choisissent de monter un, voire parfois plusieurs dossiers, pour prétendre remporter les différents prix du Palmarès, c'est à la fois pour se challenger, se confronter à d'autres, mais aussi pour mettre en avant leur audace, leurs talents et leur capacité d'adaptation et de résilience.

Pour cette 20^{ème} édition, les titres de la presse pro ont une nouvelle fois su démontrer qu'ils savaient s'emparer de sujets de société dans l'air du temps, comme PorcMag qui traite du bien être animal, ou La France Agricole qui pose la question de savoir s'il faut avoir peur des investisseurs chinois, et être capables de surprendre leur lectorat comme dans l'édito de BoisMag qui n'hésite pas à donner une opinion à contre courant.

Le Prix du lancement ou relancement met en évidence la capacité qu'ont les médias à se lancer avec succès dans des projets destinés à se rebooster ou à prendre un nouveau départ éditorial et graphique, à l'instar du journal Le Papetier de France, et le prix de la diversification souligne l'opportunité dont savent profiter certains médias en se lançant sur de nouveaux marchés, comme Le Journal de l'Aviation avec la création d'une e-newsletter qui vient répondre à un besoin d'information. La presse professionnelle, dont le business model est en pleine mutation, fait aussi la preuve qu'elle sait capitaliser sur le lien qu'elle a créé avec ses lecteurs pour trouver de nouveaux revenus, ce qui est illustré par les nominés au prix de l'initiative événementielle et au prix du dispositif annonceur, pour lequel le jury a eu du mal à départager les initiatives, au point d'attribuer, au terme d'un long débat, le prix à l'un d'entre eux et le Grand Prix à un autre candidat qui était en compétition dans quatre catégories différentes. Une envie d'en découdre qui résume bien l'état d'esprit d'une profession qui a compris que pour assurer sa pérennité, il lui fallait s'adapter et se remettre en cause. Ce que ce nouveau Palmarès, riche en talents et en initiatives, célèbre une fois encore.



PALMARÈS 2019 DES MÉDIAS PROFESSIONNELS

Le Palmarès MediaPro 2019 distingue les marques médias qui se sont montrées particulièrement innovantes, efficaces et créatives sur la période de novembre 2017 à octobre 2018.

Sélection des dossiers

Dans un premier temps, un jury composé d'éditeurs de presse professionnelle a étudié avec attention l'ensemble des dossiers reçus et déterminé les nominés dans chaque catégorie.

Dans un second temps, un grand jury composé de personnalités de divers domaines a décerné les prix parmi ces nominés.

Le jury en charge de la présélection

Nathalie AUBURTIN, Associée en charge du développement de www.cadredeville.com, **Philippe BEAUVILLARD**, Président du Syndicat de la Presse Culturelle et Scientifique - SPCS, **Christophe BRILLOUET**, Directeur général adjoint de TP Presse, **Christian BRUNEAU**, Administrateur de l'Hôtellerie Restauration, **Delphine CHÈNE**, Directrice générale de La Tribune et Présidente de MediaPro, **Corinne da COSTA**, Directrice de CdestudesetduConseil, **Fabrice DESCHAMPS**, Administrateur de MediaPro, **Florence ELGUIZ**, Directeur de rédaction des Éditions Législatives, **Aurélien CAILLE**, Directrice Générale du Groupe France Agricole, **Jacques LOUVET**, Directeur général d'Editair, **Jean-Christophe RAVEAU**, Président Directeur général de PYC MÉDIA et Président du Syndicat de la Presse Professionnelle (SPPRO), **François ROBIN**, Directeur général délégué de L'AGEFI, **Pierre SACKSTEDER**, Directeur Général de Newsco Groupe, **Élisabeth SHEMTOV**, Directrice Générale Déléguée d'Infopro Digital, **Pierre-Marie VIDAL**, Directeur d'Acteurs publics.

LE GRAND JURY 2019

BENJAMIN BÉCHAUX

Vice-Président de Communication Publique

LAURENT BÉRARD-QUÉLIN

Président de la Fédération Nationale de la Presse d'information Spécialisée (FNPS) & Directeur Général Délégué, rédacteur en chef de la Société Générale de Presse

FRANCK BLANCHET

Président de Pixels Ingénierie

DELPHINE CHÈNE

Présidente de MediaPro & Directrice Générale de La Tribune

ANAÏK CUCHEVAL

Chef du Service Editions, Presse et Communication de la Fédération Française du Bâtiment

BRIGITTE RAFFRAY

Adjointe du Directeur de la Communication au CEA

JEAN-CHRISTOPHE RAVEAU

Président Directeur Général de Pyc Média & Président du Syndicat de la Presse Professionnelle (SPPRO)

LAËTITIA VERDIER

Directrice Associée & Directrice Activation Digitale de l'Agence Entrecom



SANS LANGUE DE BOIS

édito
**Mon choix,
le bois !**

C'est ce que l'on pouvait comprendre le 18 avril du président de la République, qui se rendait à Saualoures-sur-Moselotte, au cœur des Vosges, à la rencontre des professionnels de la forêt et du bois. Lors de sa visite à la scierie Germain-Mougenot, le chef de l'État a fait part de son engagement en faveur du matériau en pronant la mise en place d'une politique volontariste, sur laquelle il souhaite travailler en concertation avec la filière : « Le bois est une filière que nous devons développer en France », assure Emmanuel Macron, qui regrette le peu d'emplois créés dans notre secteur (450 000 dans l'Hexagone contre plus d'un million outre-Rhin), alors que la forêt couvre près de 30 % du territoire national !

Face à ce constat, Emmanuel Macron souhaiterait « réorganiser la filière afin qu'elle crée beaucoup plus d'emplois ». Le chef de l'État propose de « reboiser massivement » notre pays (il voulait sans doute dire « mieux boiser », car je ne le savais pas désert) et « d'investir davantage » pour optimiser nos outils de production et rester compétitif dans un marché toujours plus mondialisé et concurrentiel, en se concentrant notamment sur la construction bois. En même temps, M. Macron pointe du doigt ce qui lui semble être un paradoxe entre l'étendue de la forêt française et « le fait que l'on construit actuellement avec du bois importé ».

Il est fort regrettable que les hauts fonctionnaires qui préparent les fiches du président soient si mal informés. Il est parfaitement stérile d'opposer bois domestiques et bois importés. Faisons-nous cela pour les fruits ? Avec ce type de raisonnement, nous n'aurions plus d'oranges ni de bananes sur nos tables, mais que des pommes en septembre. La France importe les bois de qualités qu'elle ne produit pas ou pas en quantité suffisante, mais la plus-value est créée ici ! Le bois importé en France est une matière première destinée à être transformée. La transformation de ces bois, ce sont des milliers d'entreprises et des dizaines de milliers d'emplois dans notre pays !

Investir davantage pour rester compétitifs, c'est du bon sens. Cette industrie modernisée et cette construction bois dynamisée auront toutes deux besoin de matière première en quantité. Bois domestiques et bois importés transformés en France ne seront pas de trop pour se compléter.

Dans quelques jours, Atlanbois, l'interprofession bois des Pays de Loire, accueillera comme elle le fait depuis trente ans le Carrefour international du bois. Ce salon unique au monde dédié au commerce du bois, regroupant 10 000 professionnels de 80 pays producteurs et utilisateurs de bois, est la preuve écrasante, s'il en faut, de cette complémentarité.

Mon choix, le bois. Tous les bois !

Yves Samama

BOIS est édité par SPC Éditions - SARL au capital de 8000 € - RCS Paris B 432 274 181
41, rue du Télégraphe, 75009 Paris - Tél : 01 40 33 33 30 - Fax: 01 53 01 28 77 - www.boismemedia.com - @boismag

Directeur de la publication, éditorialiste, rédacteur en chef Yves Samama Rédactrice en chef adjointe Adèle Cazier, ac@boismemedia.com
Rédaction Alice Innes, Eric-Alexandre Robam Rédacteur graphiste Benjamin Gorman Secrétaire de rédaction Valérie Bismuth
Des collabos à ce numéro François Gosselle, Yves Sigot Responsable publicité Olivier de Rutland, o@boismemedia.com
Annonces classées et publicités Gloria Lacombe Administration - Abonnements C. Luchat
Impression: Imprimerie de Lorraine - 21, rue de l'Industrie, 54120 Bény - Tél : 03 83 50 00 00 - www.imprimerie-lorraine.com - N° 2013 SPC Éditions. Tous droits de reproduction réservés pour tous pays. Autorisation de la réimpression par nos représentants : tous droits réservés. Aucune ressource que ce soit, y compris électronique et informatique, on-line, sans autorisation écrite de SPC Éditions.

N°174 - Avril 2018 - BOIS^{mag} 3

Donner son avis et prendre position, quitte à déplaire à une partie de son lectorat, c'est le choix rare et courageux qu'a fait Yves Samama, directeur de publication de BoisMag dans son éditio. Alors que la préférence nationale semble être devenue le Graal, l'auteur souligne ses limites. Lors d'une rencontre avec des professionnels de la forêt et du bois dans les Vosges, le Président de la République, Emmanuel Macron, se désolait que l'on construise avec du bois importé et se prononçait pour une réorganisation de la filière, de manière à ce qu'elle crée plus d'emplois. Yves Samama critique ce raisonnement simpliste. L'éditorialiste estime stérile d'opposer bois domestiques et bois importés. Si on appliquait la préférence nationale à la filière fruit, cela reviendrait à nous priver d'oranges et de bananes et nous obligerait à nous contenter de pommes en septembre, écrit-il, avant d'ajouter que la filière du bois a elle aussi tout à intérêt à bénéficier de diversité. Pour Yves Samama, la France a tout à gagner à importer les bois de qualité qu'elle ne produit pas. Des milliers d'entreprises de la filière française et des dizaines de milliers d'emplois français bénéficient de ces importations et créent de la plus value en transformant ces bois importés. Une prise de position audacieuse qui a retenu l'attention du jury.

LES NOMINÉS

BoisMag
N°174 - Avril 2018

STRATÉGIES

JARDINERIES
L'Expert de vos marchés

La France Agricole

INVESTISSEMENTS : L'APPÉTIT CHINOIS ?

La France Agricole N°3766 - Septembre 2018



Incapable d'atteindre l'autonomie alimentaire, la Chine fait preuve d'un appétit vorace en investissant dans le secteur agroalimentaire à travers le monde. Une frénésie qui n'épargne pas l'Europe, ni la France, où, après avoir repris des vignobles, les Chinois s'intéressent à des filières classiques, via des coopératives qui se laissent séduire, au risque parfois de subir un sérieux retour de manivelle, à l'instar de « l'affaire Synutra ».

d'enquête, les journalistes ont fait appel à un réseau de contacts et d'experts de la Chine, à des correspondants étrangers et à des sources diversifiées pour affiner une analyse qui se veut contradictoire. Le sujet s'adresse à toutes les catégories d'agriculteurs qui manifestent un intérêt pour l'ouverture internationale. Alors que les investisseurs chinois ciblent de manière précise les secteurs et les pays où ils veulent prendre des positions, l'enquête s'attache à faire émerger les situations les plus éloquentes pour mieux les analyser.

LES NOMMÉS

acteurspublics www.acteurspublics.com

STRATÉGIES

PRIX DE L'ENQUÊTE OU DOSSIER

PorcMag

DE L'ART DE PARLER DU COCHON



PorcMag
N° 528 - Février 2018



Aujourd'hui, plus de 90 % des porcs se font encore couper la queue dans les élevages français. La caudectomie est pourtant interdite depuis 2008 par l'Union européenne. Les éleveurs recourent à cette pratique pour éviter le cannibalisme, source de souffrance animale, mais aussi d'infections. La filière porcine, qui n'a jusqu'ici trouvée aucune méthode alternative suffisamment sécurisante à cette pratique, se sent démunie face à ce problème d'éthique. Une situation qui n'est pas satisfaisante en termes d'image pour la filière, alors que la société est de plus en plus sensible au bien-être animal. Les éleveurs porcins font donc face à un des plus grands défis de leur histoire : s'adapter aux réglementations en mettant fin à une pratique critiquée. Pour les aider, Claire Walbecque et Dominique Villas, du Magazine PorcMag, ont réalisé une grande enquête avec comme objectif

d'être clair, de dresser un état des lieux et d'apporter des pistes de solutions utiles à leurs lecteurs. De manière didactique, en 16 pages illustrées et avec des tableaux, ils font le tour du problème, évoquent les avancées scientifiques, détaillent les facteurs de risques, mettent en avant des expériences positives, soulignent l'importance de l'environnement et de la nourriture, et regardent ce qui se passe dans d'autres pays où la caudectomie n'est plus pratiquée, ou ne l'a jamais été. Ce qui vaut un focus sur la Finlande et sur un élevage ayant remporté le prix « Meilleures pratiques d'élevage » dans la catégorie « élever des porcs avec queues intactes » au concours des UE Pig en 2017. Dans cet article, comme dans le cochon, tout est bon, a décidé le jury.

LES NOMINÉS

acteurspublics
www.acteurspublics.com

La France Agricole

PRIX DE L'IDENTITÉ GRAPHIQUE



L'AGEFIHEBDO

COMMENT L'AGEFI A TIRÉ LA COUVERTURE À ELLE



Depuis la refonte de sa maquette en septembre 2017, l'Agefi Hebdo s'efforce de soigner ses couvertures afin d'améliorer son attractivité et sa lecture, même si le magazine n'est pas vendu en kiosque. Pour cela, un budget photo a été alloué et un comité travaille à la réalisation des « Une ».

« Barclays – Le Patient Anglais » publié par l'hebdomadaire la semaine du 20 mars au 4 avril dernier illustre cet effort. Si le titre fait allusion au film de 1996, la « Une » cherche à illustrer les difficultés qu'a connu la banque britannique, sortie affaiblie de la crise financière. Pour humaniser ce sujet financier, la rédaction met en scène Jes Staley, directeur général de Barclays, photographié assis sur une chaise sur un fond blanc retravaillé, dans l'idée d'illustrer la solitude du manager. La rédaction a prévu de lancer début 2019 une étude pour vérifier si les orientations prises en 2017 ont eu un impact sur l'attractivité du magazine et son niveau de lecture. En attendant, le jury MediaPro a récompensé son effort d'investissement sur la photo et la mise en scène.

L'Agefi Hebdo
20 mars au 4 avril 2018

LES NOMINÉS

emarketing.fr
marketing

La France Agricole

PRIX DE LANCEMENT OU RELANCEMENT

— Le Papetier — DE FRANCE

UNE REFONTE DANS LES PETITS PAPIERS DU JURY



Créé en 1946, Le Papetier de France a été racheté en janvier 2017 par le groupe Pyc Média qui a décidé d'opérer sur ce bimestriel diffusé à 8 000 exemplaires une refonte globale, aussi bien éditoriale que graphique. La nouvelle formule papier est sortie en juin 2018, suivie d'une version rénovée du site www.papetierdefrance.com en septembre 2018.

Sur la forme, le journal est passé d'un format A4 à un format plus « news-magazine », imprimé en papier offset. Les principes graphiques et typographiques du magazine ont été totalement revus. La nouvelle maquette intègre des ingrédients inspirés des codes de l'univers de la papeterie : effet de surlignage, de tampons et d'étiquettes... Quant à la ligne éditoriale, elle est désormais davantage orientée « culture produit », les rubriques ont été diversifiées et dédiées au décryptage du marché et aux diverses catégories de produits, tandis qu'une rubrique Commerce a été créée et qu'un partenariat avec le bureau d'études GfK fournit dans chaque numéro des données « marché » exclusives... Ces modifications substantielles, réglées comme du papier à musique, donnent une nouvelle identité au Papetier et ont fait l'unanimité auprès du Jury MediaPro.

LES NOMINÉS

La France Agricole



Le Papetier de France
N° 831 - Juin 2018

PRIX DE L'INITIATIVE ÉVÈNEMENTIELLE



LA TRIBUNE

VILLAGE PEOPLE EN OCCITANIE



La Tribune
The Village

C'est dans le cadre de la cité médiévale de Saint-Bertrand-de-Comminges, en Occitanie (244 habitants) que La Tribune et INCO ont organisé les 31 août et 1^{er} septembre 2018, la deuxième édition de The Village. Lancé en 2017, cet événement expérimental annuel réunit pendant deux jours, loin de Paris et des grandes métropoles, des décideurs et change makers nationaux et internationaux dans un lieu propice à la réflexion. The Village est séquencé en workshops, espaces de réflexion, rencontres entre les participants, mais également avec les villageois. The Village Saint-Bertrand-de-Comminges a réuni plus de 200 participants, venus débattre avec des décideurs, économistes, philosophes, explorateurs, chercheurs, chefs d'entreprise ou encore artistes, des façons de changer le monde et de préparer un futur meilleur. La première édition de The Village avait rassemblé 120 personnes. Cet



événement très apprécié par les participants pourrait être dupliqué dans d'autres villages. Quant aux partenaires, ils semblent avoir eux aussi trouvé leur bonheur dans le pré, puisque les prévisions de business sont en hausse pour la 3^{ème} édition. Cette initiative courageuse, qui met en valeur les territoires et raisonne avec l'actualité, a séduit le jury.

LES NOMINÉS

POINT **BANQUE**

acteurspublics
www.acteurspublics.com

PRIX DE LA DIVERSIFICATION

LE JOURNAL DE
L'AVIATION

DÉCOLLAGE RÉUSSI POUR LA NEWSLETTER MRO&SUPPORT



E-Newsletter
MRO&Support



Le prix de la diversification a été l'un des plus disputés, tant les candidatures en lice étaient de qualité. Et c'est au terme d'un riche débat que l'e-newsletter MRO&Support, lancée par le Journal de l'aviation, l'a remporté. Le jury MediaPro s'est laissé convaincre par la façon dont le leader de l'actualité aéronautique pour les professionnels avait su décliner sa marque, en profitant d'une opportunité pour prendre pied sur un nouveau marché : celui de la maintenance aéronautique. Ayant constaté que ce marché, pourtant estimé à 90 milliards de dollars en 2024, avec un taux de croissance annuel de 4%, n'était pris en compte par aucun média français, le Journal de l'Aviation a saisi l'occasion de se diversifier en comblant un vide. Dès septembre 2016, la rédaction a lancé une e-newsletter bimensuelle en français.

En plus de diffuser de l'information dédiée au sujet sous forme d'articles, de focus ou d'interviews, cette newsletter vise à rassembler la communauté du secteur, que ce soit les sociétés de maintenance ou d'exploitation, les compagnies aériennes, les constructeurs et assembleurs ou encore les prestataires services associés, en leur proposant des tribunes libres, un agenda des salons spécialisés, et en valorisant les offres d'emploi maintenance aéronautique venant du site Aerocontact. Six mois après le lancement de sa newsletter, Le Journal de l'Aviation décidait de la décliner en proposant une version en langue anglaise pour élargir son audience, et en 2019, la newsletter MRO&Support y ajoutera du référencement de produits pour enrichir encore son contenu.

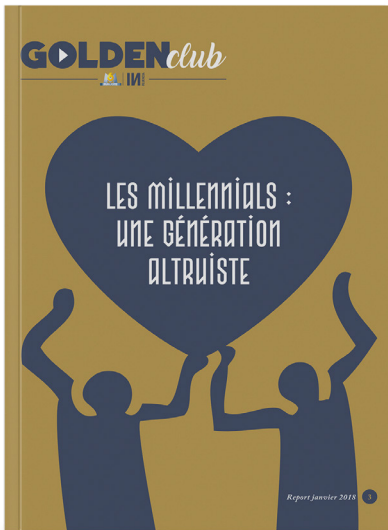
LES NOMINÉS

La France Agricole

STRATÉGIES



UN CLUB SOUS INFLUENCIA



Influencia
Golden Club



Influencia, créée en 2004, se définit comme la revue de la communication des tendances et de l'innovation, destinée à tous les curieux et enthousiastes qui désirent faire avancer leur entreprise. A la fois newsletter quotidienne gratuite sur Internet, revue papier trimestrielle de 150 pages sur les tendances et les influences diffusée en librairie et sur abonnement, et site internet, INfluencia annonce plus de 100 000 visiteurs uniques chaque mois et une newsletter diffusée auprès des 95 000 professionnels du marketing et de la communication. Il n'est donc pas étonnant que lorsque M6 Publicité a cherché un média pour s'associer afin d'apporter du contenu et de la réflexion à ses prospects et annonceurs autour des Millennials, l'entreprise se soit tournée vers ce titre qui a fait de la connaissance des ten-

dances son cœur de cible. C'est ainsi qu'est né le Golden Club, think tank de M6 et Golden Network en partenariat avec INfluencia. Pour aider à mieux connaître et comprendre ceux qui sont nés après les années 80, INfluencia a non seulement créé le Golden Club, mais aussi un dispositif complet comprenant des événements et créé trois publications sur des thèmes différents : les Millennials sous l'angle du photojournalisme, la génération des femmes guerrières et les Millennials, une génération altruiste. Pour ces publications INfluencia se charge à la fois du contenu rédactionnel et de la direction artistique. Le contenu est repris dans la newsletter d'INfluencia et sur son site Internet qui met également à disposition le document en PDF. Le jury s'est laissé charmer à la fois par le fond et par la forme des productions du

Golden Club, estimant qu'elles répondaient bien à la demande des annonceurs, toujours à la recherche de signaux faibles pour savoir comment s'adresser à cette génération très convoitée et souvent mal connue des Millennials.

LES NOMINÉS

acteurspublics
www.acteurspublics.com

emarketing.fr
marketing



GRAND PRIX MEDIAPRO DE L'ANNÉE



UNE BELLE RÉCOMPENSE POUR FÊTER NOS 15 ANS



Pierre-Marie VIDAL
Directeur Acteurs Publics



Le Jury a décidé de vous décerner son Grand Prix MediaPro, quelle est votre réaction ?

Pierre-Marie Vidal : C'est toujours une émotion de recevoir un prix et le recevoir après La France Agricole, récompensée l'an dernier m'impressionne. C'est valorisant de leur succéder. C'est une récompense pour les équipes et l'occasion de nous féliciter collectivement. Nous allons fêter nos 15 ans et ce prix est une belle récompense.

L'an dernier déjà vous aviez déjà été récompensé en obtenant le prix de la diversification pour le lancement de votre WebTV. Qu'est-ce que cette récompense vous a apporté ?

En interne, c'était motivant de recevoir ce prix, car venant du print notre diversification ne s'est pas faite sans difficultés, ni réticences parfois. Le prix a reconforté ceux qui avaient porté l'idée, et aujourd'hui tout le monde reconnaît que nous avons bien fait de nous accrocher. Comme nous avions

AND OUT DIGITAL JUNGLE

transformation numérique, Econom
cteur public dans sa digitalisation,
de ses agents et des citoyens.



10 700
collaborateurs

19
pays

3,0 M€
de CA en 2017

onocom
ECONOCOM.COM

DOSSIER | TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Aux sources de la préoccupation RH, la réinternalisation

Les scandales informatiques passés et l'émergence d'une génération de leaders du numérique public sur fond de bouleversements mondiaux poussent l'État à un danger de paradigme et à organiser une montée en compétence interne.

C'est une question qui revient souvent à l'heure de la transformation numérique : comment recruter et former les talents nécessaires pour relever les défis de la digitalisation ? L'année 2017 a été marquée par de nombreux scandales informatiques des administrations, mais un point de bascule a été atteint. On ne peut plus compter sur les fournisseurs pour assurer la sécurité et la performance des systèmes d'information. Quand on a besoin de compétences, elles doivent être acquises en interne. C'est pourquoi de nombreux acteurs du numérique public ont commencé à réinternaliser certaines fonctions clés. Cette tendance est renforcée par la mise en œuvre de la loi de programmation budgétaire 2017-2020, qui vise à réduire les dépenses et à améliorer l'efficacité de l'action publique. Les entreprises du numérique public doivent donc se préparer à une compétition accrue sur le marché des talents et des compétences.

20^{ème} ANNUÉES
CHIFFRES CLES

es »
epte
s culturels

aujourd'hui, les projets sont nombreux, comme de génie civil, avec l'idée d'une école de chantier ou l'ère du bâtiment a été livrée

DIFFUSION DE LA NEWSLETTER

230 000

JOURNAL PAPIER TIRÉ À

15 000

3 MILLIONS DE CA

25^{ème} SITE BTOB

25 PERMANENTS

EXEMPLAIRES



bénéficié pour ce projet de WebTV d'une aide du Fond d'innovation numérique de la presse soutenu par Google, cela nous a rendus visibles et nous a aidés à nous faire reconnaître dans l'écosystème de la Tech.

Comment se porte votre magazine et quels sont vos projets ?

Nous sommes toujours un titre indépendant qui appartient à son fondateur et à ses cadres et en 15 ans nous sommes parvenus à devenir le titre de référence sur le lectorat des membres du gouvernement, des élus et des cadres supérieurs des trois fonctions publiques. Nous avons débuté en print avant de faire notre virage vers le web il y a 10 ans. Avec succès, puisque notre newsletter est devenue notre vaisseau amiral avec 230 000 destinataires et que notre site est classé 25^{ème} site BtoB par l'ACPM (ex OJD). Nous avons su marquer notre empreinte sur le web. Depuis 5 ans nous sommes aussi devenus organisateurs d'événements, avec les victoires des acteurs publics et deux journées de rencontres, l'une à la Cour des comptes, l'autre

au Conseil d'Etat. Plus récemment notre WebTV est venue compléter ce dispositif. Je défends l'idée du média global. Dès qu'il y a de nouvelles façons d'émettre du contenu, il faut s'en saisir. C'est pour cela que nous serons sur la plateforme Podcast Magellan. Et nous avons aussi en projet de lancer un Lab pour promouvoir le concept de Smart nation.

Quel est votre regard sur la presse professionnelle ?

Le secteur a connu des disparitions et des regroupements, mais les titres qui continuent à exister aujourd'hui ont su montrer leur agilité et leur capacité à évoluer et s'adapter.

« Je souhaite vraiment qu'on puisse piloter et ne pas laisser les clés à nos fournisseurs, pour avoir une capacité à évoluer le capot, à comprendre ce qui se passe, ce qu'on a pu perdre car très fortement externalisé », juge le patron d'une autre DSI, en expliquant que ce mouvement ne peut s'opérer qu'à condition de disposer des bons profils. Si DSI a par exemple accueilli deux développeurs spécialisés dans l'analyse des codes et chargés de se prononcer sur les devis et les livraisons. « On continue à externaliser, mais on regarde ce qui est le plus efficace en fonction de la complexité et de la durée du développement, en gardant le cœur de la maintenance en tête », poursuit-il. Comme souvent, il importe de trouver le juste dosage. » P.L.

133 | MAI-JUN 2018 | ACTEURS PUBLICS | 65



COUP DE
CŒUR DU JURY

emarketing.fr
marketing

CLIN D'ŒIL À EINSTEIN



sur la couverture du numéro de Marketing de février 2018 a assez rapidement fait l'unanimité. Les membres du jury sont tombés sous le charme du croquis stylisé du moustachu chevelu affiché en Une, pour annoncer un dossier destiné à comprendre ce que l'Intelligence artificielle peut apporter dans le secteur du retail, de l'expérience client et de la publicité. Sur le front du savant fou, la formule $IA = X (data)^2$ fait écho au fameux $E=MC^2$, et en bas de page, en grosses lettres le magazine interroge : Êtes-vous IAdataque ? Un jeu de mots préambule au contenu de l'enquête qui propose d'embarquer les lecteurs de Marketing vers un sujet familier, mais encore mal connu : l'Intelligence Artificielle. L'IA, tout le monde en parle, mais à l'instar de la théorie de la relativité, très peu de monde est à même d'expliquer comment elle fonctionne et ce qu'elle peut apporter dans des domaines aussi pointus que ceux traités par Marketing. La couverture récompensée joue son rôle : donner envie d'ouvrir le journal pour en savoir plus.

Parfois les jurés se déchirent pour trouver leur coup de cœur. Ce ne fut pas le cas cette année, car le clin d'œil à Einstein

LISTE DES
GAGNANTS



PRIX DE L'ÉDITO

BOISMAG

« Mon choix, le bois ! »

PRIX DE L'ARTICLE

LA FRANCE AGRICOLE

« Investisseurs chinois : miracle ou mirage ? »

PRIX DE L'ENQUÊTE OU DOSSIER

PORCMAG

« Arrêt de la caudectomie : du court au long challenge de la queue en tire-bouchon »

PRIX DE L'IDENTITÉ GRAPHIQUE

L'AGEFI HEBDO

« Barclays, le patient anglais »

PRIX DU LANCEMENT OU RELANCEMENT

LE PAPETIER DE FRANCE

PRIX DE L'INITIATIVE ÉVÈNEMENTIELLE

LA TRIBUNE

« The Village #2 »

PRIX DE LA DIVERSIFICATION

LE JOURNAL DE L'AVIATION

E-newsletter MRO&SUPPORT

PRIX DU DISPOSITIF ANNONCEUR

INFLUENCIA

Golden Club

GRAND PRIX DE L'ANNÉE

ACTEURS PUBLICS

COUP DE CŒUR DU JURY

Couverture de **MARKETING** « Êtes-vous IA-DATAque ? »



PARTENAIRES DU PALMARÈS 2019



Le Centre Français d'exploitation du droit de Copie (CFC) est l'organisme qui gère collectivement les droits de copie numérique et papier du livre et de la presse pour le compte des auteurs et des éditeurs. Il répartit également la part des droits qui revient aux éditeurs au titre de la copie privée numérique de la presse.

www.cfcopies.com



Référent social de la culture, de la communication et des médias, Audiens accompagne au quotidien employeurs, créateurs d'entreprises, travailleurs indépendants, salariés permanents et intermittents, journalistes, pigistes, demandeurs d'emploi ou retraités. Grâce à son expertise, il conçoit des solutions innovantes adaptées aux spécificités de ces professionnels et aux mutations de leurs métiers.

www.audiens.org



SWYP Pro est la solution éditoriale multi-canal leader en France dans la presse professionnelle et magazine, équipant 250 publications, parmi lesquelles celles de la CIEM, la SER, CIP Médias, Entraid', Uni Médias, Réussir, Pyc Éditions... SWYP Pro permet aux groupe de Presse de mettre en place leurs nouveaux business model digitaux tout en leur apportant des gains de 30 à 50% en productivité et délais pour le print.

www.swyp.fr



L'imprimerie Léonce Deprez, le partenaire idéal de la presse professionnelle avec son parc machine totalement adapté à ces tirages. De l'impression feuille, rotatives de 16p à 48p jusqu'au routage avec ses 2 lignes en passant par le façonnage intégré. De nombreux éditeurs nous font confiance : Editialis, ACDV, ATC, etc...

www.leonce-deprez.fr

ZenAbo

ZenAbo : une solution clés en main pour gérer ses abonnements de manière simple, intuitive et économique. Avec ZenAbo, vous êtes sur une solution 100% web éprouvée par de nombreux éditeurs et qui vous libère du temps. Terminées les tâches fastidieuses chronophages, concentrez-vous sur la prospection !

www.zenabo.info



Nous accompagnons les éditeurs de presse dans la transition vidéo pour faire de leurs articles écrits des vidéos partagées, à moindre coûts. Adaptation audiovisuelle de la ligne éditoriale, partenariats vidéo avec annonceurs, formation vidéo des journalistes, diffusion et promotion sur les réseaux sociaux, studio de tournage low cost, charte vidéo, vidéo « à la brut » et nouveaux formats.

www.ilestunefois.com

UN ÉVÉNEMENT

MediaPro

PROMOUVOIR L'INFORMATION PROFESSIONNELLE

AVEC LE SOUTIEN DU



EN PARTENARIAT AVEC



ZenAbo

IL EST UNE FOIS
production audiovisuelle

L'association MediaPro souhaite remercier tout particulièrement ses adhérents, dont certains sont membres du Conseil d'Administration, le Syndicat de la Presse Professionnelle (SPPRO), la Fédération Nationale de la Presse d'information Spécialisée (FNPS) et l'ensemble de ses partenaires pour leur collaboration précieuse dans la poursuite de nos actions.

MediaPro

PROMOUVOIR L'INFORMATION PROFESSIONNELLE

17 rue Castagnary – 75015 Paris



jhenrylemoine@fnps.fr



01 44 90 43 79



www.media-pro.fr



MediaPro



@MediaPro_fr



MediaPro