

24^{ÈME} ÉDITION DES VICTOIRES DES MÉDIAS D'INFORMATION PROFESSIONNELLE

LES VICTOIRES

DES MÉDIAS D'INFORMATION PROFESSIONNELLE



25 janvier 2024

Les initiatives primées en 2024

  @Victoiresdesmedias

www.lesvictoiresdesmedias.fr 

AUDACE, INNOVATION, DYNAMISME, VIRTUOSITE, VITALITE

Les Victoires des médias d'information professionnelle, c'est avant tout l'occasion de se réunir, de récompenser l'audace et de célébrer la créativité et le dynamisme de la presse BtoB.

Auparavant « Palmarès des Médias Professionnels », l'édition 2024 se réinvente :

- De nouvelles catégories, plus adaptées à l'évolution du métier d'éditeur et à sa dimension commerciale ont été créées. Au total, 8 prix sont remis : édito, contenu rédactionnel, Une, design graphique, innovation éditoriale, efficience, créativité, engagement sociétal... sans oublier le Grand Prix des Victoires des médias 2024.
- Les jurys ont intégré, en plus des éditeurs, les professionnels de la presse et des médias. C'est ainsi tout l'écosystème du secteur qui est représenté. Encore un grand merci à eux pour leur implication et la qualité des débats.
- Enfin, c'est le prestigieux Pavillon Élysée Té qui accueille cette année notre cérémonie.

Les 146 candidatures reçues témoignent de la vitalité de la presse professionnelle. Au-delà de l'information, elle est devenue un moteur de la vie économique incontournable dans chacun de ses secteurs.

C'est cette virtuosité que célèbre les Victoires des médias d'information professionnelle 2024.

Et vous, pour 2025, laquelle de vos créations allez-vous présenter pour séduire le jury ?

Jacques FITAMANT,

Président du Syndicat de la Presse Professionnelle (SPPRO)



Étude des candidatures

Un premier jury, composé d'éditeurs BtoB, a étudié l'ensemble des candidatures reçues et a sélectionné 3 nominés dans chaque catégorie.

Marc AUBURTIN,

Président des Éditions Terri

Jacques FITAMANT,

Dirigeant des Éditions Fitamant

Nicolas GOSSE,

Président d'Editocom

Vincent JARNIGON,

Président du directoire d'Infomer

Anne LUZIN,

Présidente de RHF Médias

Hervé NOIRET,

Directeur général du groupe NGPA

Érick ROIZARD,

Président des Éditions de Bionnay

Jean-Baptiste TRÉBOUL,

Directeur des Éditions touristiques européennes

Pierre-Marie VIDAL,

Dirigeant de la Société d'édition publique

Éric ZUBER,

*Directeur général délégué de CDI-Médias
et du Groupe Revue Fiduciaire*

Élection des lauréats

Après la pré-sélection par un premier jury d'éditeurs, un deuxième jury, composé de professionnels de presse et des médias, ont élu un lauréat dans chacune des 8 catégories.

Estelle BASTO,

*Directrice des médias
et de la communication chez BPI France*

Didier BEAUCLAIR,

*Directeur Efficacité,
Médias & Relations agences de l'Union des Marques*

Élodie COURREAU,

Déléguée générale de l'Udecam

Corinne DA COSTA,

Directrice C de l'Écoute et du Conseil

Marc DAVISSEAU,

Directeur associé de La Compagnie Média

Fabrice DESCHAMPS,

Council advisor chez GLG

Jean ROYNÉ,

Dirigeant de JR Conseil MediaPro

Laurent SCULLINO,

*Consultant en stratégie digitale
et Co-fondateur de SHOOOT*

Yves SIMEON,

*Consultant formateur pour les médias
et leur régie chez Reload*

À l'issue de l'élection des lauréats dans chaque catégorie, les deux jurys ont délibéré ensemble pour élire le Grand Prix des Victoires des médias 2024.



Ombres & Lumière

édito | page | lumière | fr

Édito

Marilyne **Chaumont**
Rédactrice en chef
mchaumont@luch.fr



Lumière sur l'archipel

Cet été, la Diète, le parlement du Japon, a reçu un rapport de 1400 pages sur le programme de stérilisation forcée, qui s'est déroulé pendant près de quarante ans sur l'archipel, au sortir de la Seconde guerre mondiale. En 1948, alors que le pays faisait face à une explosion démographique, les parlementaires votèrent à l'unanimité une loi pour « éviter la naissance d'enfants déficients d'un point de vue cognitif et protéger la vie et la santé de la mère ». Celle-ci visait les personnes « at-

« Eugénisme était devenu une religion d'État. »

ture, dédicié cette année, y avait lui-même été confronté : à cette époque, les médecins lui recommandaient de laisser mourir son fils, né autiste. Lui et son épouse déciderent de le garder et le prénomèrent Hikari, « Lumière », sachant qu'il deviendrait sûrement aveugle. Plus tard, Kenzaburô Ôe avait coutume de dire aux journaux que son fils représentait une « grande source d'inspiration ». Tout petit, Hikari répétait des chants d'oiseaux empestés, et aujourd'hui, en

tertre de malformation hébététaire, les lépreux, les lycéens, les schizophrènes, les musico-dépresseurs, les épileptiques... », et promettait aux Japonais d'échapper à « une discorde de mauvaise qualité ». Actuellement, les cours de justice nippones se renvoient la balle sur l'éventualité d'une réparation financière pour cette génération, broyée par ces années où l'eugénisme était devenu une religion d'État. L'écrivain Kenzaburô Ôe, lauréat du prix Nobel de litté-

sa qualité d'épileptique, de malvoyant et de déficient intellectuel, qui compose des musiques. Une famille en voie de guérison, l'un des livres de Kenzaburô Ôe où s'agrèment les humbles victoires de son fils autiste, a été publié en 1996 - l'année même où le Japon abrogeait la loi - eugénique de protection ». En cette rentrée parlementaire, cette page noire de l'Histoire nipponne, traversée par des éclats de lumière comme la vie d'Hikari, pourrait bien éclairer nos députés. ■

N° 255 - Septembre, octobre 2023 - 3

EUGÉNISME FACE À HUMANISME

«Échapper à une descendance de mauvaise qualité», voilà la promesse choc de parlementaires japonais qui en 1948, dans un contexte d'explosion démographique, font voter une loi eugéniste conduisant à l'avortement et à la stérilisation forcée de milliers de citoyens.

Alors que de nos jours, l'eugénisme semble faire son retour à bas bruit, Marilyne Chaumont revient sur cette page sombre de l'Histoire nipponne en prenant le parti, pour mieux sensibiliser le lecteur sur le sujet, de raconter la petite histoire dans la grande Histoire.

Dans son édito "Lumière sur l'Archipel", elle retrace ainsi la vie de Kenzaburô Ôe, Prix Nobel de littérature japonais, confronté lui aussi à cette politique glaçante, alors que les médecins lui conseillaient de laisser mourir Hikari, son fils né autiste.

Cette histoire bien réelle, émouvante, interpelle inévitablement le lecteur qui se voit présenter une vision humaniste d'un sujet encore trop souvent cantonné à son aspect politique.

L'angle choisi pour aborder la question reflète la vision d'un magazine qui choisit d'aborder des sujets sensibles tout en donnant des raisons d'espérer aux personnes touchées par la souffrance du handicap ou de la maladie.

Aider le lecteur à penser sans sombrer : promesse tenue !

LES NOMINÉS

Actu-Juridique.fr

Émeutes : gare à l'attribution judiciaire !

Publié le 03/07/2023

Olivier Duflot

Alors que des centaines d'associations commencent à harceler à l'encontre des individus ayant participé aux émeutes de ces derniers jours, en marge de la loi de M. de La Haye, un seul appareil doit commander nos réflexions : les instances de la justice judiciaire. C'est oublier que la justice n'a pas à intervenir à l'encontre, et surtout sans elle, sans rôle est d'attribuer les responsabilités individuelles et de prononcer les peines prévues par la loi.

Alors que les premières sanctions commencent à tomber à l'occasion des élections, il est essentiel que des décisions soient prises en marge de la loi de M. de La Haye, en vertu d'appareils des compétences sur les instances judiciaires dérivées de la loi de la justice judiciaire. C'est oublier que la justice n'a pas à intervenir à l'encontre, et surtout sans elle, sans rôle est d'attribuer les responsabilités individuelles et de prononcer les peines prévues par la loi.

ACHATS

Photo

Pour sortir de la crise, buvons du vin ?

« Le vin est un produit agricole... »

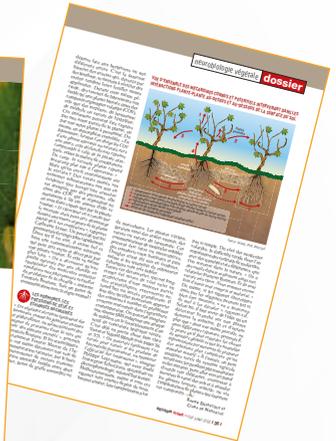
Le vin est un produit agricole, et comme tel, il est soumis à des règles strictes de production et de distribution. C'est pourquoi, dans un contexte de crise économique, il est essentiel de soutenir les producteurs locaux et de privilégier les achats responsables.

Le vin est un produit agricole, et comme tel, il est soumis à des règles strictes de production et de distribution. C'est pourquoi, dans un contexte de crise économique, il est essentiel de soutenir les producteurs locaux et de privilégier les achats responsables.

DU CONTENU RÉDACTIONNEL

REUSSIR Vigne

Nourrir votre performance



JE PENSE DONC JE SUIS

Elles possèdent une forme de mémoire, une faculté d'apprentissage, peuvent effectuer des arbitrages, sont capables de voir, d'entendre, de sentir et même de goûter. Les plantes n'en finissent plus de nous surprendre ! D'incroyables pouvoirs que Réussir Vigne nous dévoile dans un dossier riche et captivant sur ce que certains appellent aujourd'hui la neurobiologie végétale.

Avec une mise en forme ludique, incluant illustrations, graphiques et encadrés proposant des définitions pour faciliter la compréhension des thèmes évoqués, le magazine se met à la portée de ses lecteurs en permettant à chacun d'embarquer dans ce voyage extraordinaire au cœur des végétaux.

Si l'angle directionnel choisi pour traiter ce sujet original se veut distrayant, il n'oublie pas de soulever des problématiques de fond. Ainsi, alors que nos connaissances sur les végétaux avancent, la question se pose : si les plantes ont une forme d'intelligence, peut-on considérer qu'elles ont aussi une forme de conscience ?

Le dossier évoque également l'utilité de ces découvertes dans la résolution concrète de problèmes propres à l'agriculture contemporaine.

Applis envoyant des alertes au viticulteur en cas de sécheresse ou de maladies, optimisation des traitements, ... sont autant d'outils pratiques que le magazine livre à ses lecteurs.



LES NOMINÉS

emarketing.fr
marketing



UN ZEST D'AVENIR

Au pays du retail, rares sont ceux qui peuvent affirmer être en mesure de prédire l'avenir ! L'émergence de nouveaux canaux de communication et de distribution bouleverse ainsi tout un secteur qui peine, face à ces mouvements incessants, à anticiper les évolutions à venir.

Une obligation de naviguer à vue et une perte de repères parfaitement illustrées en Une de Marketing Magazine. La couverture colorée met en scène une jeune femme, citrons vissés sur les yeux telles des jumelles, qui, éblouie par une lumière aveuglante, semble avoir bien du mal à discerner quoi que ce soit face à elle.

Si les couleurs vives de l'illustration et son côté pop, résolument moderne, attirent le regard, c'est sans aucun doute son aspect humoristique, un brin décalé, qui retient l'attention du lecteur.

Le message est clair : la problématique du futur du retail a beau être complexe et très sérieuse, le magazine semble faire la promesse à son lecteur de la décrypter de façon fun et dynamique, loin de l'aspect rébarbatif que l'on pourrait craindre lorsque l'on aborde ce type de sujet.

LES NOMINÉS



LAURÉAT DES VICTOIRES DU DESIGN GRAPHIQUE

LE CHEF



NOUVELLE RECETTE POUR LE CHEF

37 ans après sa création, Le Chef dévoile une version revue et corrigée de son magazine et entre dans une nouvelle ère, celle du dynamisme, de la fraîcheur, de la modernité ! Si la maquette avait déjà subi une timide évolution en 2016, la revue opère cette fois-ci un virage à 180° en revoyant son logo, sa couverture et l'agencement de ses rubriques.

Un texte aéré, de fins filets séparateurs entre les colonnes et un jeu ingénieux sur la taille des caractères facilitent la hiérarchisation des informations, la navigation entre les rubriques et la lisibilité du texte.

Typo contemporaine, design épuré et lumineux, éléments graphiques acidulés et logo pop bien ancré dans son époque apportent quant à eux un zeste de mordant et de vitalité au magazine.

Les retours enthousiastes des abonnés, des annonceurs et des acteurs de la profession confirment la qualité de la transformation, opérée en quatre mois seulement.

Un défi ambitieux pour une telle institution, mais largement réussi.

LES NOMINÉS



MACHINES PRODUCTION



COMPÉTENCES // NOS JEUNES ONT DU TALENT !

Alexis kiffe le décolletage

À 19 ans, ce jeune opérateur sur tours à commande numérique a trouvé sa vocation. Malgré avoir échoué au diplôme de technicien d'usinage, il prend un immense plaisir dans son métier, qu'il exerce dans une petite entreprise de Haute-Savoie.



Alexis Houdouin, 19 ans, dans l'atelier CMA, à Sionnaz (Haute-Savoie).

Le décolletage, ce le fait « kiffer ». Du haut de ses 19 ans, Alexis Houdouin a sa réponse quand il se trouve dans un atelier et devant une machine outil. Le jeune garçon est opérateur sur tours à commande numérique chez CMA, industrie, une petite entreprise spécialisée dans la production de pièces mécaniques de précision, situés à Sionnaz, dans la vallée de l'Arve, en Haute-Savoie. Cinq personnes y travaillent : Aurélie et Laurent Thézouat, 34 et 36 ans, ses parents. Et Julien Houdouin, 20 ans, son camarade Alexis, et « le petit dernier », 10 ans. Tous, qui prépare un bac pro techniques en réparation de produits mécaniques. Ce qui fait une moyenne d'âge de près 20 ans (en méd.)

De diplômé, Alexis pourra se présenter et travailler avec les autres (autres professionnels) des collègues. Pas importe. Seul compte pour lui d'avoir découvert un métier, qu'il mériteraient pour rien au monde. Il entre au CFAI Formaveat de Thyez,

pour suivre la filière bac pro technicien d'usinage sur trois ans.

« L'entretien me plaisait car cela me permettait d'être tout de suite dans le bain », dit-il, pressé d'entrer dans le monde du travail. C'est ainsi qu'Alexis découvre pour la première

fois un atelier de décolletage dans l'entreprise qui l'accueille pour son apprentissage.

Le Covid est passé par là alors que l'entretien se déroule pendant « l'hiver du Covid », rappelle-t-il.



Dévoilé en février, la nouvelle monoglace Algérie, de la saison 2022 de Formule 1, est dotée du moteur A522, conçu et fabriqué par Mecachrome, sur son site d'Albi (Tarn-et-Garonne).

64 | **REPORTAGE** | N°1766 - Avril 2022

REDYNAMISER SON SECTEUR

Les métiers de l'industrie n'attirent plus! Souffrant d'un déficit d'image et d'importants préjugés, le secteur connaît une pénurie de main-d'œuvre qui inquiète les professionnels. Conscient de ces difficultés, le magazine Machines Production renverse la tendance avec «Nos jeunes ont du talent».

Donner l'exemple, motiver, inspirer, et plus que tout, redorer l'image des métiers de la mécanique, voilà l'objectif qui se cache derrière la réalisation de portraits de jeunes salariés passionnés et passionnants.

L'effet est irrésistible ! Les témoignages rafraîchissants empreints d'un enthousiasme communicatif

embarquent inévitablement le lecteur dans un quotidien qu'il découvre sous un jour nouveau.

Le magazine imagine alors une communication multicanale ingénieuse, incluant la publication d'un reportage print associé à une vidéo poussée sur YouTube et TikTok.

Une approche percutante et dans l'air du temps parfaitement bien exécutée par Machines Production qui montre comment la presse écrite peut se servir à son avantage des nouvelles plateformes d'information et de communication et contribuer à l'attractivité de son secteur.

LES NOMINÉS

L'AGEFI
avec
AGEFIRST

STRATÉGIES
LES **5 RECOS**
POUR...

La France Agricole

www.lafranceagricole.fr

RETOUR VERS LE FUTUR

4000 numéros, ça se fête ! Pour célébrer cet événement exceptionnel, La France Agricole sort le grand jeu et dévoile un numéro spécial riche en émotion et en visuels rétro.

Le magazine, créé en 1945, choisit de retracer les formidables évolutions de l'agriculture dans un dossier de 30 pages bien ficelé abondant, entre autres, les questions de la mondialisation, de la transition agroécologique, des innovations technologiques ou encore de la place des femmes dans le milieu agricole.

Pour rendre cette rétrospective inoubliable et visuellement impactante, la revue illustre ses articles par des couvertures d'époque et parseme le dossier de publicités vintage hautement régressives, suscitant chez le lecteur un véritable sentiment de nostalgie.

La revue enfonce le clou et joue la carte de l'émotion en donnant la parole à ses lecteurs historiques comme la famille Cocagne, fidèle au magazine depuis trois générations ou encore Louis Hamelin, abonné depuis 1948.

Une séquence imparable qui permet à La France Agricole de créer un fort attachement chez ses lecteurs tout en bénéficiant des retombées d'une opération commerciale réussie.



- ### UN DÉVELOPPEMENT CONTINU DEPUIS 80 ANS
- 1946 Naissance de Maschio
 - 1951 Création de la filiale française
 - 1993 Acquisition de Gaspardo, du Blé, La France Agricole et Louis Hamelin
 - 2010 Rachat d'Agripro, un spécialiste
 - 2012 Rachat de la filiale française de Maschio
 - 2014 Rachat de la filiale française de Maschio
 - 2016 Rachat de la filiale française de Maschio
 - 2017 Rachat de la filiale française de Maschio
 - 2019 Rachat de la filiale française de Maschio
 - 2021 Rachat de la filiale française de Maschio
 - 2023 Rachat de la filiale française de Maschio
- ### Innovations durables et performantes
- Parmi les autres années importantes de ce 40^e groupe figure 1993 : date à laquelle la société Maschio a racheté le célèbre et abordable tracteur français. Et d'autres acquisitions marquantes : l'achat de la filiale française de Maschio en 2014, l'opération de prise de contrôle de l'entreprise française de Maschio en 2016, l'opération de prise de contrôle de l'entreprise française de Maschio en 2017, l'opération de prise de contrôle de l'entreprise française de Maschio en 2019, l'opération de prise de contrôle de l'entreprise française de Maschio en 2021, l'opération de prise de contrôle de l'entreprise française de Maschio en 2023.

LES NOMINÉS



LAURÉAT DES VICTOIRES DE LA CRÉATIVITÉ



PLUS FORTS ENSEMBLE

L'union fait la force ! Le Chef l'a bien compris. Alors que le secteur de la gastronomie est confronté à de nombreuses problématiques, inflation et difficultés à recruter en tête, le magazine met sa créativité au service de ses acteurs en lançant "Chefs à table", un événement réunissant 4 fois par an 20 à 30 chefs d'une région.

Une matinée d'échanges suivie d'un déjeuner gastronomique, voilà le programme de cette initiative percutante permettant aux chefs de se rencontrer, de s'inspirer et plus que tout, de s'épauler.

La revue impressionne ici par sa capacité à organiser une opération d'une telle ampleur. Changement de région et de structure hôtelière à chaque événement, invitation de nouveaux chefs, gestion de la communication et des relations avec les partenaires, "Chefs à table" ne peut fonctionner sans une mécanique bien huilée.

Après plusieurs rencontres, l'engouement autour de cette initiative se fait grandissant. Les chefs sont enthousiastes et le concept attire les annonceurs. Forte de ce succès, la revue prévoit de décliner ce format en version pâtisserie passant ainsi de 4 à 8 rendez-vous par an.

Une démarche originale à haute valeur ajoutée qui s'inscrit dans la volonté de diversification du magazine. Succès mérité !

AUVERGNE RHONE ALPES « MONTAGNE »
AUBERGE DU PÈRE BIÈSE - RESTAURANT JEAN SULPICE ** 20 MARS 2023

41 convives dont 32 étoiles se sont réunis chez **Jean Bièse** pour parler des problématiques de la restauration avec comme invité Edouard Braud du groupe META.

27 chefs présents

Pierre Baudin Alexis Bismuth Pierre Trépoat Raphaël Viret Michaël Anouh Vincent Maris Alexis Perrier Mercier Laurent André Stéphane Berthoin Eric Prouzet Nicolas Fournier Hubert Charrier Thomas Poulhaire	Olivier Berthoin Yann Goussier Patrick Vadeau Vincent Faraïlle Stéphane Frohneau Stéphane Hubert Patrick Huettenroth Julien Thomassin Edouard Loubet Nicolas Guez Jean-Marc Côté Raphaël Lavoisier David Lasserre
---	---

OCCITANIE
HOTEL LE PARC - LA TABLE DE FRANCK PUTELAT ** 3 JUILLET 2023

43 convives dont 27 étoiles se sont réunis chez **Franck Putelat** pour parler des problématiques de la restauration avec comme invité Franck Trouzet du GDF.

28 chefs présents

Jean-Marc Poux David Hussen Nicolas Brasseur Nicolas Nicolas Jaggarthier Jeanne Aubry Serge Chenet Maxime Chenet Jean-Louis Jean-Marc Raphaël Chant Carl Attardo Nicolas Fontaine Jean-Marc Boyer	Denis Merlet Quentin Pellerin Veyrier Patrick Berlet Laurent Canal Damien Bouchard Jean-Louis Alexandre Collard Julien Escarpot Laurent Laurent Collard Antoine Braud Nicolas et Laurent Prouzet Sébastien Vau Franck Berthoin Clement Conard
--	---

LES NOMINÉS



(R)ÉTABLIR LE CONTACT

Le fossé se creuse entre jeunes diplômés et chefs d'entreprise du secteur touristique ! Difficultés de communication, préjugés, attentes et visions diamétralement opposées, les tensions qui existaient déjà avant la pandémie semblent s'être considérablement aggravées.

Une problématique épineuse à laquelle la revue Espaces a décidé de s'attaquer en lançant Espaces Ouvre-Boîtes, un dispositif innovant qui met en relation à chaque événement un chef d'entreprise avec 10 jeunes prometteurs.

Grâce à cette initiative gagnant/gagnant, des sociétés réputées difficiles d'accès se sont enfin ouvertes aux étudiants et le magazine a vu sa cote de popularité grimper en flèche.

Pour donner vie à ce projet, la revue s'est appuyée sur un solide lectorat comprenant 5000 étudiants et 150 écoles et universités. Elle a également misé sur une communication multicanale dynamique et efficace incluant un site web, une newsletter, la création d'un groupe WhatsApp actif pour les étudiants et une présence importante sur LinkedIn pour toucher les entreprises.

Avec 50 événements organisés dans toute la France, 50 entreprises et 300 participants, le défi de faire se rencontrer les générations est pleinement relevé !



ESPACE OUVRE-BOÎTES
Espaces Ouvre-Boîtes aide les étudiants et les entreprises à se rencontrer

- Des événements publiés par les entreprises sur l'agenda Espaces auprès des étudiants & évènement
- Des rendez-vous réguliers entre entreprises et étudiants
- Le mercredi à 17h30 ou 18h
- En toute convivialité, en petits comités, durant 1 heure

Espaces Ouvre-Boîtes, c'est 9 mois d'existence et déjà :

- Plus de 50 événements
- Plus de 500 inscriptions
- Dans 70 villes de France
- Plus de 50 entreprises partenaires

Vous êtes une entreprise ou un territoire ?	Vous êtes étudiant ?	Vous êtes enseignant ?
Depassez votre secteur des compétences pour rencontrer des étudiants dans vos réseaux	Participez-vous au maximum sur l'agenda Espaces Ouvre-Boîtes	Accompagnez et diffusez les liens des événements Ouvre-Boîtes à vos étudiants

Pour toutes informations, envoyez un mail à espaces-ouvre-boites@revue-espaces.com

www.tourisme-espaces.com/espaces-ouvre-boites.html

Le Paysan VIGNERON
lepaysanvigneron.com

La vigne en 2050 à Cognac : de la phénologie à la production, l'impact du changement climatique

UNE CONFÉRENCE DU PAYSAN JUVENILE PORTÉE PAR SÉBASTIEN ZAKA, DOCTEUR EN AGRICULTURE ET CHANGEMENT CLIMATIQUE



LES NOMINÉS

LAURÉAT DU GRAND PRIX 20



UN POUR TOUS !

**Essai transformé pour Acteurs Publics !
Le groupe reconverti en entreprise
à mission révèle toute l'étendue
de son savoir-faire en présentant
trois dossiers faisant la parfaite
démonstration de son engagement
sociétal et de la finesse de son expertise.**

L'entreprise frappe fort d'entrée de jeu en dévoilant un partenariat éditorial créatif et audacieux avec LinkedIn ! Alors que le réseau social professionnel cherche à faire connaître ses services et son

expertise auprès des professionnels du secteur public, Acteurs Publics imagine un observatoire des attentes des responsables RH du public comme point de départ à une communication multicanale ingénieuse.

Avec une diffusion à la fois sur le web, en TV et sur les réseaux sociaux, le groupe impressionne par son large rayon d'action propulsant LinkedIn vers une croissance à 2 chiffres et l'obtention de leads qualifiés.

Le jury a particulièrement salué la capacité du groupe à endosser le rôle d'agence de communication et de conseil, soulignant l'exceptionnelle maîtrise du contenu et des canaux de diffusion dans un dispositif d'une telle ampleur.

24

LES VICTOIRES

DES MÉDIAS D'INFORMATION PROFESSIONNELLE



Cette créativité dont a fait preuve Acteurs Publics dans ce partenariat fructueux s'illustre dans un tout autre registre avec la création du label "Film d'utilité publique".

À travers cette initiative percutante, le groupe réitère son soutien au cinéma engagé dans les enjeux sociétaux et encourage les productions audiovisuelles qualitatives questionnant les politiques publiques sous un angle citoyen.

Outre l'utilité publique de la création d'une telle distinction, c'est toute la mécanique nécessaire à sa mise en place qui a véritablement impressionné le jury. Cette initiative, symbole de la transformation du groupe en entreprise à mission, est un parfait témoignage d'une volonté de diversification assumée et réussie.

Avec Acteurs Publics 360 / Éducation, l'entreprise réaffirme enfin son engagement sociétal et met son savoir-faire au service des étudiants d'écoles d'application du service public.

Le dispositif reflète la capacité de l'entreprise à cerner les attentes et besoins du public puis à imaginer et à mettre en place des solutions innovantes parfois complexes à réaliser.

Créativité, ingéniosité, maîtrise, engagement sociétal fort et affirmé, les initiatives protéiformes proposées par Acteurs Publics témoignent du talent et du génie du groupe que le jury tenait à célébrer avec la remise d'un Grand Prix bien mérité.



ILS ONT CANDIDATÉ CETTE ANNÉE !



Les Victoires des médias d'information professionnelle ont pour objectif de célébrer la créativité et la diversité de la presse BtoB. Merci à tous ceux qui ont candidaté en 2024 !

ACTEURS PUBLICS

ACTUALITÉ JURIDIQUE COLLECTIVITÉS
TERRITORIALES

ACTUALITÉ JURIDIQUE FONCTIONS PUBLIQUES

ACTU-DIRECTION-JURIDIQUE.FR

ACTUEL-CSE.FR

ACTU-JURIDIQUE.FR

AGRA

AGRA.FR

BE A BOSS

BÉTON(S) MAGAZINE

BRA TENDANCES RESTAURATION

CHAUD FROID PERFORMANCE

COMMENTAIRE

CONTRATS CONCURRENCE CONSOMMATION

CONTRÔLES ESSAIS MESURES

DALLOZ IP/IT

DÉCISION ACHATS

DIRECTION(S)

ÉCOLE DES LETTRES

ELECTRONIQUES

ELO PRESSE

ENTRAID

ESPACES

FILIÈRES AVICOLES

FRANCE AGRICOLE

GAZETTE DU PALAIS

GÉOMÈTRE

GEROSCOPIE

HOME FASHION NEWS

HORIZONS PUBLICS

HOSPIMEDIA.FR

IDEAL-INVESTISSEUR.FR

INDUSTRIE HOTELIÈRE

INDUSTRIES COSMÉTIQUES

INFLUENCIA

LA BOUINOTTE

LA FRANCE MUTUALISTE & VOUS

LA TOQUE

L'AGEFI

LE CHEF

LE MEDIA SOCIAL

LE PAYSAN VIGNERON

LEFEBVRE DALLOZ

L'ÉLEVEUR LAITIER

LES MARCHÉS MAG

LIEN HORTICOLE

LIENHORTICOLE.FR

LINÉAIRES

L'INFORMATION AGRICOLE DE RHÔNE

MACHINES PRODUCTION

MAGAZINE DE L'ANDRH

MARKETING MAGAZINE

MATÉRIEL AGRICOLE

NGPA

OMBRES & LUMIÈRE

PÂTRE

POINTS DE VENTE

PORC MAG

PROCESS ALIMENTAIRE

PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

RAYON BOISSONS

RESPONSABILITÉ CIVILE ET ASSURANCES

RESTAURATION COLLECTIVE

RÉUSSIR

RÉUSSIR GRANDES CULTURES

RÉUSSIR VIGNE

REUSSIR.FR

REUSSIR.FR/MACHINISME

REVUE BANQUE

REVUE DE GEMMOLOGIE

REVUE DE L'UNION EUROPÉENNE

REVUE FIDUCIAIRE

REVUE JURIDIQUE PERSONNES & FAMILLE

RHUMATOS

SEMAINE JURIDIQUE EDITION GÉNÉRALE

SEMAINE JURIDIQUE SOCIAL

SILICON MAGAZINE

SOUDAGE ET TECHNIQUES CONNEXES

STRATÉGIES

TERRE-NET.FR

THE GOOD

THURIES MAGAZINE

UNION GIRONDINE DES VINS DE BORDEAUX

VITISPHÈRE

WORKPLACE MAGAZINE

XYZ

Parmi les 150 candidatures reçues, les lauréats 2024 sont :

**LAURÉAT DES VICTOIRES
DE L'ÉDITO**

Ombres & Lumière
marketing & communication

**LAURÉAT DES VICTOIRES
DU CONTENU RÉDACTIONNEL**

REUSSIR Vigne
Nourrir votre performance

**LAURÉAT DES VICTOIRES
DE LA UNE**

marketing
marketing

**LAURÉAT DES VICTOIRES
DU DESIGN GRAPHIQUE**

LE CHEF

**LAURÉAT DES VICTOIRES
DE L'INNOVATION ÉDITORIALE**

**MACHINES
PRODUCTION**

**LAURÉAT DES VICTOIRES
DE L'EFFICIENCE**

La France Agricole

**LAURÉAT DES VICTOIRES
DE LA CRÉATIVITÉ**

LE CHEF

**LAURÉAT DES VICTOIRES
DE L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL**

ESPACES
tourisme et loisirs

**LAURÉAT DU GRAND PRIX
DES VICTOIRES DES MÉDIAS 2024**

 **acteurs
publics** 

RETROUVEZ LES INITIATIVES NOMINÉES ET PRIMÉES
ET LES INTERVIEWS EXCLUSIVES DES LAURÉATS SUR

www.lesvictoiresdesmedias.fr



UN ÉVÉNEMENT ORGANISÉ PAR
LE SYNDICAT DE LA PRESSE PROFESSIONNELLE

SOUTENU PAR

CFC

SWYP IMMANENS

★ Audiens

PLS

**GRUPE
RICCOBONO**

**vialife
digital**

X in

@Victoiresdesmédias