



PRÉSENTATION DU PALMARÈS

L'association PressePRO, devenue **MediaPro en 2017**, organise tous les ans depuis 1999 le **Palmarès de l'information professionnelle afin de mettre en lumière la réussite des media professionnels.**

Ces dernières années, le Palmarès a su évoluer et a souhaité impliquer tous les aspects d'une marque media pour mieux refléter l'activité d'éditeur BtoB dans toutes ses dimensions :

- **Informer**, quel que soit le support sur lequel nous diffusons : édition papier, site internet, application, réseaux sociaux. La production de contenus demeure le cœur de notre métier.
- **Animer les communautés sectorielles.**
- **Participer à la formation continue** des acteurs de nos secteurs.
- **Accompagner les marques et partenaires annonceurs** dans leurs stratégies marketing et leur approche marchés.

Cette année, **nous avons donc repensé le Palmarès** en renforçant les catégories rédactionnelles et **en créant de nouveaux Prix** autour du lectorat, de l'audience et des stratégies marketing annonceurs. La remise des Prix se clôturera par l'annonce du **Grand Prix MediaPro** dont le lauréat sera désigné parmi les gagnants toutes catégories confondues.

La soirée du Palmarès a pour vocation de regrouper **tous les acteurs des media professionnels** : vos équipes, vos fournisseurs, vos partenaires.

L'édition 2018 du Palmarès MediaPro se déroulera à Paris, **la dernière semaine de janvier**. Elle sera précédée d'une **conférence animée conjointement avec le Syndicat de la Presse Professionnelle sur une thématique d'actualité pour la profession et ses partenaires.**

DESCRIPTIF DES PRIX & CONDITIONS DE PARTICIPATION

Catégories

1 - INFORMER :

Informer est bien le cœur de notre métier. Si les supports changent, le fond de notre mission demeure. Cette catégorie récompense les initiatives sur le fond et qui constituent une innovation dans la mise à disposition de l'information. Cette catégorie spécifique distingue les publications print avec un tirage à +/- 10 000 exemplaires et publications numériques.

- **Grand Prix de l'édito** (print -10 000 ex. / print +10 000 ex. / numérique)
- **Grand Prix de l'article** (print -10 000 ex. / print +10 000 ex. / numérique)
- **Grand Prix de l'enquête ou du dossier** (print -10 000 ex. / print +10 000 ex. / numérique)
- **Grand Prix de l'identité graphique** : une, photographie, infographie,... (print -10 000 ex. / print +10 000 ex. / numérique)
- **Grand Prix du lancement ou relancement** (print -10 000 ex. / print +10 000 ex. / numérique)
Ce Prix récompense le lancement ou le relancement de tout produit de contenu : magazine, hors-série, mook, site web, application, newsletter...

2 - ANIMER LES COMMUNAUTÉS :

Développement du lectorat, de l'audience et des communautés

- **Grand Prix marketing abonnés**
Ce Prix récompense les meilleures initiatives pour améliorer votre connaissance du lectorat et pour créer de nouvelles offres de contenu.
- **Grand Prix de la stratégie réseaux sociaux**
Ce Prix récompense les meilleures stratégies d'utilisation des réseaux sociaux pour promouvoir vos contenus et vos offres.
- **Grand Prix de l'initiative événementielle**
- **Grand Prix de la diversification**
Ce Prix récompense toutes les actions visant à diversifier votre offre, vos services ou produits autour d'une marque media existante (hors événementiel).

3 - ACCOMPAGNER NOS PARTENAIRES DANS LEUR STRATEGIE MARKETING :

- **Grand Prix du dispositif annonceur**
Ce Prix récompense les meilleures initiatives en matière d'accompagnement des annonceurs dans leur approche de leurs cibles et de leur marché. Vous avez monté, pour un annonceur, un dispositif sur mesure en activant tous vos leviers autour de votre marque.
(NB. : l'éditeur se charge d'obtenir l'accord de l'agence et de l'annonceur)

Le jury remettra également le **Grand Prix MediaPro de l'année**, le lauréat sera désigné parmi les gagnants toutes catégories confondues. De surcroît, le jury se réserve le droit de décerner un « **Coup de cœur du jury** » au regard de l'ensemble des nominés, venant primer le positionnement et l'animation de la marque media au sein de ses communautés.

RAPPEL : une marque media ne peut présenter qu'un seul dossier par catégorie.

Participants

Le Palmarès MediaPro est ouvert à toutes les marques media professionnelles qui adhèrent à MediaPro et conformes à la Charte de la Presse Professionnelle (ci-dessous).

Quand les dossiers présentés concernent des publications « print » ou « web », celles-ci doivent disposer d'un numéro CPPAP en cours de validité.

Période de qualification

Les initiatives présentées doivent avoir été publiées ou réalisées entre le 1^{er} juillet 2016 et le 31 octobre 2017, et ne jamais avoir concouru aux éditions précédentes du Palmarès.

Pièces à fournir concernant chaque dossier présenté à remettre sur clé USB ou lien de stockage/partage de données :

- Le formulaire 1 : *Inscription par éditeur*
- Le formulaire 2 : *Description du dossier (un formulaire par dossier présenté)*
- Tous visuels et illustrations annexes venant faire valoir votre dossier
- Le règlement (participation aux frais à l'ordre de l'association MediaPro)

Tous les dossiers seront examinés par les membres du jury en version numérique. Cependant, si vous jugez pertinent de fournir votre publication en version papier, afin d'illustrer la qualité de votre dossier (ex : numéro spécial, lancement/relancement, etc.), merci de nous en adresser 20 exemplaires en complément de la version PDF.

Droits d'inscription

- Prix : 280 € HT (336 € TTC) par dossier déposé.
- Offre réservée aux nouveaux éditeurs⁽¹⁾ : 50 % de remise sur les droits d'inscriptions du premier dossier déposé.

Le dossier devra être adressé à

Palmarès MediaPro 2018

A l'attention de Catherine AYMAR

17 rue Castagnary - 75015 PARIS

Ou par mail à : caymar@fnps.fr

Sélection des dossiers

Dans un premier temps, un jury composé d'éditeurs de media professionnels sélectionnera les dossiers et déterminera les nominés selon une grille de notation préétablie.

Dans un second temps un jury composé de personnalités des media et de la communication sélectionnera les lauréats du Palmarès à l'occasion d'une réunion plénière.

Les membres du jury présentant des dossiers dans une catégorie ne pourront juger ni leurs dossiers, ni ceux de leurs concurrents directs dans cette catégorie.

Le jury est souverain pour ouvrir ou fermer une catégorie du Palmarès.

⁽¹⁾ Est considéré comme nouvel éditeur, toute société éditrice n'ayant pas déposé de dossier lors des 5 derniers Palmarès.

Attribution des Prix par catégorie

Le jury pourra sélectionner jusqu'à 3 nominés et un lauréat par catégorie.

Clôture des inscriptions

Tout dossier de candidature devra parvenir à MediaPro **au plus tard le 31 octobre 2017**.

Tout dossier reçu après cette date ou incomplet pourra être refusé par le jury.

Promotion des résultats

- Les gagnants de chaque catégorie se verront remettre un trophée à l'occasion de la soirée de présentation des résultats. Les deux autres nominés de chaque catégorie se verront remettre un diplôme.
- Les éditeurs primés s'engagent à faire la promotion de leur résultat dans leur publication, à travers leur site internet ou encore via leur newsletter.

Renseignements

Benoît HURALT
Chargé de communication MediaPro
bhurault@fnps.fr
Tél. : 01 44 90 43 77



Charte de la Presse Professionnelle

Les publications de la Presse Professionnelle doivent respecter les conditions spécifiques suivantes :

- ▶ Présenter un caractère d'intérêt professionnel quant à la diffusion de la pensée, du savoir et de la connaissance en particulier la diffusion de l'information professionnelle auprès de publics intéressés.
- ▶ Contribuer à la formation professionnelle des catégories de publics visés.
- ▶ Avoir un contenu rédactionnel indépendant, élaboré, varié, diversifié et renouvelé quant aux sujets traités et ne pas constituer des organes de documentation administrative ou corporative, de défense syndicale ou de communication pour des associations, groupements ou sociétés.
- ▶ Pour les publications papier, disposer de ressources financières indépendantes provenant d'une diffusion payante au sens de l'article 72 de l'annexe III du CGI et des recettes de publicité, sans consacrer plus des 2/3 de la surface totale de la publication aux insertions publicitaires et paraître régulièrement et au moins une fois tous les trois mois.
- ▶ Être indépendantes, notamment pour leur équilibre financier, de tout organisme associatif, corporatif, syndical, administratif ou parapublic.

Les éditeurs de presse professionnelle s'interdisent de pratiquer des méthodes de vente, de publicité ou de diffusion utilisant des arguments fallacieux ou mensongers.