

↑(<http://objectifaquitaine.latribune.fr>) > Business (<http://objectifaquitaine.latribune.fr/business.html>)

Trophée de la com Sud-Ouest : le palmarès 2016

Par **Mikaël Lozano** | 21/11/2016, 11:25 | 327 mots



La 4e édition des Trophées a réuni près de 400 personnes à Bordeaux. (Crédits : Agence Appa)

La 4e édition des Trophées de la com Sud-Ouest a récompensé les meilleures campagnes de communication du Grand Sud-Ouest, en présence de 400 personnes à Bordeaux.

Organisés chaque année en alternance à Bordeaux et à Toulouse, les Trophées de la com avaient lieu cette année en Gironde, au Casino théâtre Barrière, en présence de 400 personnes et autour du thème "Voir plus loin". L'événement, mis en place par l'Apacom (<http://www.apacom-aquitaine.com>) et le Club de la com (<http://www.clubcom-mp.com>) qui fédèrent un millier de professionnels à elles deux, a récompensé des annonceurs et agences de communication de Nouvelle-Aquitaine et d'Occitanie. 124 dossiers de candidature ont été examinés par un jury, présidé par Hervé Brossard, président d'Omnicom Media Group, accompagné de Marie-Pierre-Bordet (AACC), Bénédicte El Nemer (Cerfrance), Ghislain Faribeault (Dorcel media), Lauriane Fressy (Il était une pub), Sophie Guérinet (Act-Responsable), Eric Hélias (Buyideas), Virginie Mary (SNPTV), François-Louis Noël (miind), Cécile Ponchel (Syntec RP), Laurent Riéra (Métropole de Rennes), Michel Van Der Veken (Exterior Media) et Guillaume Vigouroux (Marsatwork).

Le palmarès complet :

Événementiel / relations publics : Comité du tourisme Béarn Pays Basque (64) pour la campagne "Passez en mode Basque" (Agence Horizon Bleu)

Branding / identité de marque : agence WSB (33) pour Lécuille, campagne "Identité de marque Lécuille"

Edition : Eyekard / Vent de com (31) pour le Musée Saint-Raymond, campagne "Expo Archeo"

Affichage / insertion presse : Sup de Pub Bordeaux (33) pour le Musée des Beaux-Arts de Bordeaux, campagne #Adopteuntableau

Audiovisuel : Volume original (31) pour Enfants Do / CHU Purpan / Fondation Apicil, campagne "Algo : Halteres & Go"

Communication digitale : Agence StJohn's (33) pour St. Michel, campagne #Amoilesmadeleines

Communication globale : Agence Citron Pressé (33) pour La Cité des sciences et de l'industrie de la Villette, campagne pour l'exposition consacrée à Charles Darwin

Prix coup de cœur du jury : Agence Citron Pressé (33) pour La Cité des sciences et de l'industrie de la Villette, campagne pour l'exposition consacrée à Charles Darwin

Prix coup de cœur des internautes : Agence Verywell (31) pour la campagne "Comment présenter une entreprise sous la forme d'un jeu de société ?"