

Communication / Sud-Ouest

Le peps de Citron Pressé

L'agence bordelaise Citron Pressé a remporté 2 prix importants aux Trophées de la Com' du Sud-Ouest qui se tenaient au casino de Bordeaux-Lac le 16 novembre dernier.

« **N**OUS sommes heureux-heureux, fiers-fiers, émus-émus et après avoir fait tchin-tchin disons merci-merci au jury et à l'ensemble de nos clients ! », sourit Maryse Bernard, la pétillante directrice de Citron Pressé.

Créée en 1999 par Maryse Bernard elle-même, l'agence bordelaise a ainsi remporté le prix de la communication globale et le Coup de cœur du Jury avec la campagne « Darwin l'Original » pour la Cité des Sciences et de l'Industrie à Paris lors des Trophées de la Com' Sud-Ouest. La cérémonie, rythmée et vivante, animée par la présidente de l'APACOM Béatrice Vendeaud, avait lieu dans la salle de spectacles du casino de Bordeaux-Lac.

Les Trophées de la Com' Sud-Ouest, rendez-vous des communicants de la Nouvelle Aquitaine et d'Occitanie, récompensent les concepteurs des meilleures campagnes de l'année. Le jury, présidé par Hervé Brossard, président d'Omnicom Media Group France et vice-Président de DDB Worldwide, a apprécié l'originalité de la campagne de Citron Pressé mettant en scène un « hipster » barbu. En faisant référence à l'origine des espèces et à la théorie de l'évolution qui a rendu célèbre Darwin auprès du grand public, Citron Pressé a mis en exergue la modernité du personnage et l'actualité de sa pensée, sérieusement sans se prendre au sérieux. « *Comme quoi la com', c'est une idée simple à la base mais il y a beaucoup de créativité et de travail derrière* », insiste Maryse Bernard. L'agence a travaillé non seulement sur le territoire visuel et graphique de l'exposition et



ses déclinaisons mais a aussi trouvé le nom de l'exposition. La campagne print s'accompagne d'un film pour appuyer le lancement : le scénario révèle la part de féminité du hipster - le bras d'une jeune femme tatoué progressivement de motifs végétaux et animaliers - pour mieux rappeler l'essentiel du travail de Darwin et ses observations de botaniste et biologiste.

Depuis maintenant 4 ans, l'APACOM et Le Club de la Com de Toulouse organisent ces Trophées de la Com' Sud-Ouest. Cet événement valorise les métiers de la communication et récompense les annonceurs et agences de Nouvelle-Aquitaine et d'Occitanie. Lors de cette édition 2016, 124 dossiers de candidatures ont été déposés et la soirée de remise de prix a réuni plus de 400 personnes, autour du thème « Voir plus loin ». La prochaine édition aura lieu à Toulouse en 2017.

Vincent ROUSSET

Les gagnants sont :

Événementiel / Relations publics : **Comité du Tourisme Béarn Pays Basque (64)**

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)**

Campagne « *Comment présenter une entreprise sous la forme d'un jeu de société ?* »