

Communiqué de presse, avec embargo jusqu'au 11 septembre 2008, à 18 heures

Suisse Nord-Occidentale/Olten, le 11 septembre 2008

Award Corporate Communications® 2008

Des «Communicators» pour une communication institutionnelle intégrée

Dans le cadre du Forum de la communication intégrée, la Haute Ecole de gestion de la Haute Ecole spécialisée de la Suisse Nord-Occidentale, à Olten, a attribué en tout cinq «Communicators 2008» à des entreprises, agences et organisations à but non lucratif. Récompensant en cela une communication en réseau des plus performantes.

Lors de la quatrième remise des prix de l'«Award Corporate Communications», le 11 septembre, les candidats suivants ont reçu, pour des prestations et des concepts convaincants en matière de Corporate Communication, un «Communicator 2008» en bronze: Müller Martini Marketing AG, Zofingue, pour sa communication BtoB lors du lancement d'une nouvelle génération de machines; Phonak AG, Stäfa, pour une communication BtoC pleine de sensibilité, intitulée «Hear-the-world», et British American Tobacco SA, Lausanne, pour une campagne BtoC, très écologique, sur un cendrier de poche «PocketBox». Le «Golden Communicator 2008» va à l'agence Life Science Communication AG, et sa commanditaire Aide-Aids Suisse, pour sa campagne de prévention intégrée «Mission Possible», extrêmement créative. Ces «Communicators» ont été sponsorisés par l'Argus de la presse. Un «Award Media Relations», sponsorisé par newsaktuell, a été remis à Axa Winterthur pour son travail auprès des médias – pleinement responsable et hautement professionnel – à l'occasion du lancement du Crash Recorder pour jeunes conducteurs.

Remise des prix lors du Forum de la «Communication des organisations à but non lucratif»

Cette année encore, la remise de l'«Award-CC» a eu pour cadre le Forum suisse de la communication intégrée. Un forum intitulé «La communication réussie des organisations à but non lucratif». Comment les organisations à but non lucratif peuvent-elles communiquer, précisément et efficacement, avec les groupes de dialogue internes et externes? Et c'est au cours de séminaires aussi intenses que passionnants que Norbert Gabyrtsch, conseiller en communication chez wirDesign communications AG (D); Roland Jeanneret, directeur de la communication auprès de la Chaîne du Bonheur Suisse; Silvia Schorta, directrice de la communication et du Fundraising d'Aide-Aids Suisse; Mark Zumbühl, directeur de la communication et de la recherche de fonds chez ProInfirmis; Andreas Herbst, Director Communication and Fundraising de Terre des hommes, ainsi que le professeur Norbert Winistörfer, directeur de la section «Management de la communication intégrée» de la Haute Ecole de gestion FHNW, qui ont apporté des réponses à cette question.

La communication, facteur de réussite

Lors de la remise des prix de l'Awards CC, le professeur Ruedi Käch, directeur de l'Institut Competitiveness and Communication ICC de la Haute Ecole de gestion FHNW a souhaité la bienvenue à quelque 200 professionnels de la communication, venus d'Allemagne ainsi que de toute la Suisse. Selon Ruedi Käch, la Corporate Communication, et donc toutes les prestations en

matière de communication qui lui sont associées, constituent, tant pour une entreprise que pour une organisation, les facteurs de réussite d'une économie, d'une politique, d'une société compétitives. Il importe donc que l'on continue à développer de façon intensive – comme c'est le cas à la Haute Ecole de gestion FHNW – cette discipline majeure qu'est la Corporate Communication, et cela par le biais de la recherche, de l'enseignement et du conseil. C'est pour cette raison que la Haute Ecole est devenue, dès le début, l'un des partenaires de l'«Award Corporate Communications», et que c'est elle qui assume dorénavant la remise officielle des prix.

Des concepts de communication complexes

Les chefs de projet Jolanda Eggenschwiler, de PR Words, et Roland Bieri, de Bi-Com, ont informé les participants de ce qu'il y avait de nouveau dans ce quatrième «Award-CC» et ce deuxième «Award Media Relations». On a constaté, cette année, que les candidats à l'Award accordaient toujours autant d'importance à la qualité et la complexité des concepts, ainsi qu'à leur réalisation. A la question concernant les prochaines étapes de développement de ce prix, posée par l'animateur Simon Kopp, directeur d'études au MAZ, les chefs de projet R. Bieri et J. Eggenschwiler ont répondu qu'à l'avenir le «Prix de la communication intégrée» serait encore mieux connu en Suisse romande, et qu'on en ferait résolument la promotion au Sud des Alpes. De façon que ces régions de notre pays envoient encore davantage de candidatures, donc de concepts.

Des nominés en provenance de Suisse alémanique, de Suisse romande et d'Allemagne

Puis ce fut au tour de Mathieu Janin, membre romand du jury, partenaire de l'agence Rochat & Partners et représentant de la Société romande de relations publiques SRRP, à Lausanne, de parler des nominations de cette année. M. Janin se réjouit de ce que figure, au nombre des nominés, une entreprise ayant son siège en Suisse romande. Ont été nominées pour les Awards CC 2008 les entreprises, agences et organisations suivantes: AXA Winterthur; British American Tobacco Switzerland, Lausanne; cR Kommunikation, Berne, avec l'Office fédéral pour la formation et la technologie OFT, son client; Life Science Communications, Küssnacht, avec Aide-Sida Suisse; Millhaus Munich, avec Fiat Freesty e Team Germany; Müller Martini, Zofingue; Phonak, Stäfa; La Poste Suisse, Berne; Renzen Communications, Aarau, pour Helvetia Assurances; Trimedia Communications, Zurich, avec pour donneur d'ordre SSR/SRG idée suisse.

Un travail très professionnel auprès des médias

Au cours de la «laudatio» prononcée pour l'«Award Media Relations», le président du jury professionnel, Winfried Kösters, rédacteur en chef de l'Agence télégraphique suisse ATS, à Berne, a fait l'éloge du remarquable travail média qu'AXA Winterthur a fourni lors du lancement du Crash Recorder pour jeunes conducteurs. L'approche de cette communication est à la fois unique et novatrice. Cet excellent travail s'est distingué par une stratégie et une planification des plus claires ainsi qu'une communication en réseau vers l'intérieur et l'extérieur. Pour sa conférence de presse, la compagnie d'assurances avait choisi un lieu éminemment symbolique – le Technorama de Winterthur. La présentation d'un crash en direct, permettant une évaluation immédiate du Crash Recorder, en est devenue très attractive, en particulier pour les médias électroniques. Et le jury a également considéré comme un coup de maître l'idée d'inclure dans la communication le service de comparaison internet Comparis. L'immense écho médiatique qu'a suscité l'information sur le Crash Recorder n'est certes pas le fruit du hasard!

Une discipline souveraine, la communication intégrée

«Cette année, il n'a pas été facile pour le jury de désigner le vainqueur parmi les nombreux concepts de communication intégrée qui nous sont parvenus», affirme le professeur Norbert Winistörfer, président du jury de l'Award-CC et directeur de la section «Management de la communication intégrée» de la Haute Ecole de gestion FHNW. Et le professeur Winistörfer d'ajouter: «La

raison en est un très grand professionnalisme dans la conception ainsi qu'un exceptionnel degré d'intégration des différents instruments, disciplines et mesures de communication.» Le jury a finalement choisi quatre concepts de communication qui, d'après lui, méritaient une distinction spéciale, un «Communicator» en l'occurrence. L'un d'eux n'est autre que celui de Müller Martini, à Zofingue, une entreprise familiale traditionnelle qui, avec une communication novatrice, contemporaine, soigneusement conçue tant au niveau du contenu que des instruments, a initié avec succès au plan mondial un changement d'image radical. Ce même jury a également apprécié la communication de British American Tobacco SA, à Lausanne, qui a démontré, par le biais d'une campagne de communication très sympathique, que les fumeurs pouvaient eux aussi contribuer à la protection de l'environnement en utilisant un cendrier de poche original. Quant à Phonak AG, à Stäfa, l'un des fabricants de système acoustique les plus connus au monde, c'est sa campagne d'information intitulée « malentendance », intelligente dans toutes ses dimensions, qui lui a valu un «Communicator». Un «Golden Communicator» a été remis à l'agence Life Science Communication AG, à Küsnacht, dont la commanditaire n'est autre qu'Aide-Aids Suisse, pour la campagne de prévention intitulée «Mission Possible», une campagne intégrée de façon exceptionnellement créative. Le défi de ce type de communication consistait à toucher de près la communauté homosexuelle de Suisse en lui adressant un message de prévention inédit et complexe. Et à l'inciter à avoir, pendant trois mois au moins, des relations sexuelles dûment protégées. L'agence Life Science Communication y est parvenue en adoptant une stratégie de communication à trois niveaux, et l'utilisation savamment orchestrée de divers moyens de communication, à la fois classiques et nouveaux.

C'est Simon Kopp, directeur d'études de la formation médias au MAZ et responsable de la communication auprès des autorités cantonales d'enquêtes judiciaires, à Lucerne, qui a remis leur prix aux heureux bénéficiaires. Une cérémonie festive qui s'est terminée par un cocktail très «communicant». www.award-cc.ch

Partenaires et sponsors du prix de la communication intégrée

Instance chargée de la remise des prix: Haute Ecole de gestion de la Haute Ecole de la Suisse du Nord-Ouest FHNW.

Sponsors et partenaires: Publicité Suisse PS/SW, Société suisse de relations publiques SSRP/SPRG, Haute Ecole de Gestion HEG Fribourg, Argus de la presse, newsaktuell, Bilan, Com.in Magazine, Fachmedien Marketing & Kommunikation, Persönlich und Kommunikationsmanager (D), Unternehmer-Zeitung, Mittelland Zeitung, Sonntag, Publicitas Mittelland, Club de communication Headline, ImagePoint Bildagentur, Fotoatelier Strahm, Bureau de traductions Tra&Doc Lutry, Schober Information Group, Sihl+Eika Papier, Swissprinters; Banque cantonale d'Argovie, Bell Catering, Smartec Veranstaltungstechnik, Christinger Partner; graphiste: Patrik Hellmüller; management du projet: Bi-Com und PR Words.

Ce communiqué de presse ainsi que du matériel photo supplémentaire sont également disponibles sur le site web www.award-cc.ch.

Communicate and win.

Pour de plus amples informations:

Award Corporate Communications, case postale, CH-4573 Lohn/Soleure, mail@award-cc.ch
Jolanda Eggenschwiler, téléphone +41 32 677 00 77 et Roland Bieri, téléphone +41 32 621 89 60