

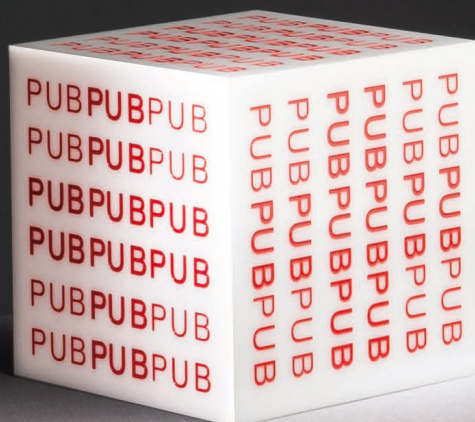
MAI 2019

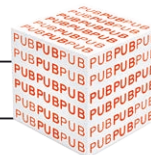
COMINMAG.CH

LE B2B DU MARKETING, DE LA COMMUNICATION ET DES MÉDIAS



LE MEILLEUR DE LA PUB 2019





RETOUR SUR L'OLYMPE!

MEILLEUR DE LA PUB 2019

ARTICLE ÉCRIT PAR
CHRISTOPHE ROBERT-NICOUD

POUR SA 4^{ÈME} ÉDITION, LA CÉRÉMONIE DE REMISE DE PRIX DU MEILLEUR DE LA PUB 2019 S'EST À NOUVEAU DÉROULÉE AU MUSÉE OLYMPIQUE DE LAUSANNE, LE 21 MAI DERNIER. MARQUÉE PAR L'INTRONISATION DU NOUVEAU PUBLICITAIRE DE L'ANNÉE 2019, LA SOIRÉE A VU HUIT AGENCES ROMANDES COURONNÉES PAR UN CUBE.

Six catégories et pourtant huit Cubes remis : les agences romandes ont donné du fil à retordre au jury de cette quatrième édition ! La faute à un cru d'une qualité exceptionnelle qui a vu l'inscription de 53 projets, record battu, et une catégorie vidéo qui a dû se scinder en trois prix, tant les soumissions y étaient nombreuses et difficiles à départager de par leurs natures. C'est pourquoi les co-fondateurs des prix « Le Meilleur de », Thierry Weber et Victoria Marchand, ont décidé de créer les sous-catégories « Film Corporate », « Film Web » et « Film Publicitaire » pour primer les travaux dans les catégories appropriées.

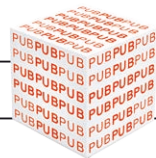
DES JURÉS ÉPATÉS

Pour les épaulés dans la lourde tâche du choix des vainqueurs, les fondateurs ont pu compter sur la présence d'un jury d'exception composé de cinq professionnels confirmés de la branche et totalement indépendants. Des habitués du jury day : Jean-Michel Larsen, concepteur-rédacteur indépendant qui participait pour la deuxième fois en tant que juré, Olivia Giussoni, fondatrice de Synapse Lab et jurée pour la deuxième fois après un break de deux ans et Pierre-Alain Brandt, consultant en communication qui revient quant à lui pour la troisième fois d'affilée. A leurs côtés, Gérald Le Meur, un média-planneur actif depuis de nombreuses années sur le marché et Patrick Colelough, co-fondateur et membre de la direction de CREA Genève. Un jury fort de nombreuses années d'expérience qui n'a pas manqué de faire remarquer une qualité globale jamais atteinte des sommets et qui valait bien une consécration dans le musée de l'Olympe.

PUBLICITAIRE DE L'ANNÉE : ON Y VOIT TRIPLE AUSSI !

Autre temps fort de la soirée : le couronnement du Publicitaire de l'année, élu par les associations professionnelles KS/CS Communication Suisse, l'Association Suisse des Annonceurs (SWA-ASA) et LSA Leading Swiss Agencies. En présence de Michael Kamm, CEO de l'agence Trio et Publicitaire de l'année sortant venu remettre le cube à son successeur et de Petra Dreyfus, co-CEO de l'agence Wirz Communications à Zurich et Publicitaire de l'année 2019 pour la Suisse alémanique, les associations ont choisis de nommer cette année Jan De Schepper, Chief Sales & Marketing Officer chez Swissquote. Tous trois ont ensuite été invités à participer à une table ronde modérée par Victoria Marchand et intitulée « Pub 2.0 : Qui a piqué le Rösti ? ». Devant une salle comble, dont l'affluence a atteint les 200 spectateurs, le nouveau Publicitaire de l'année 2019, membre du comité de l'ASA Association Suisse des Annonceurs, a résumé la situation d'une phrase choc : « sans annonceurs, pas d'agences ! ». Au-delà de ce clin d'œil, Jan De Schepper a également souligné l'importance d'un travail de proximité avec les agences locales (NDLR. : Swissquote a mandaté l'agence Cavalcade pour sa communication) leur permettant de maintenir un haut niveau de prestations en Suisse romande.

Le succès de cette nouvelle édition ne saurait se démentir et permet une fois de plus d'ancrer ce prix comme un rendez-vous annuel incontournable de la branche. En remerciant chaleureusement l'ensemble des agences participantes, le public, les sponsors et les partenaires, ainsi que le staff, les fondateurs donnent d'ores et déjà rendez-vous pour une cinquième édition qui s'annonce mémorable !



PUBLICITAIRE DE L'ANNÉE 2019 – JAN DE SCHEPPER,
CHIEF SALES & MARKETING OFFICER CHEZ SWISSQUOTE



DE GAUCHE À DROITE: VICTORIA MARCHAND, PETRA DREYFUS, JAN DE SCHEPPER, MICHAEL KAMM



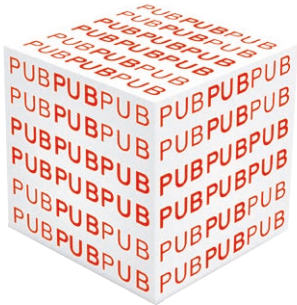


REMISE DE PRIX

Prix	Agence	Projet
Catégorie ANNONCE/AFFICHE/VISUEL		
Vainqueur	Cavalcade	« Fast News » – Sept Info
Shortlistés	Colegram	« 50 ans de la fondation Foyer Handicap »
	Franz&René	« NighTPF »
	EtienneEtienne	« Une heure avant la mort de mon frère »
	M&C Saatchi	« Best Friends Forever » – SPA Genève
	Diabolo Design	« Affiches TMR - Théâtre Montreux-Riviera »
Catégorie FILM PUBLICITAIRE ET SPOT TV		
Vainqueur	Numéro 10	« 364 jours d'attente » – Conforama
Shortlistés	Messieurs.ch	« MX Vertical » – Logitech
	Freestudios	« Collection Les Mécaniques Sauvages » – Vacheron Constantin
	Freestudios	« Campagne Autavia » – Tag Heuer
Catégorie FILM CORPORATE / INSTITUTIONNEL		
Vainqueur	Farner Consulting	« CFF marque employeur »
Shortlistés	IMAGINASTUDIO	« Better Together » – Geneva Tourism
	SSR	« La Suisse est une idée »
	Take Off Productions	« TPF Superchauffeurs »
Catégorie WEBSÉRIE ET FILM WEB		
Vainqueur	Freestudios	« Le Gentleman's Way » – Chopard
Shortlistés	Freestudios	« Campagne Mode et Tendances 2019 » – Visilab
	Franz&René	« Infoline » – SuisseEnergie
Catégorie CONTENT MARKETING / RÉDACTIONNEL SOCIAL MEDIA / MARKETING DIRECT		
Vainqueur	Sedrik Nemeth	« Série Social Média » – Domaine Thierry Constantin
Shortlistés	M&C Saatchi	« Saga Last Call » – Genève aéroport
	Colegram	« 50 ans de la fondation Foyer Handicap »
Catégorie BRANDING / CORPORATE PUBLISHING / LOGO		
Vainqueur	Metadesign	« Rebranding Mirabaud »
Shortlistés	Bader.creation	« Cambria - Delego »
	Main&Co	« La Compagnie des Fromages Suisses »
	Cayenne	« Hôtel de Ville de Crissier »
	Forme	« Caves du Manoir »
	Agence Trio	« Poya 2.0 » – Vacherin Fribourgeois AOP
Catégorie CAMPAGNE 360° / STRATÉGIE MÉDIA		
Vainqueur	Franz&René	« With Fresh Fries. » – Groupe Mutuel
Shortlistés	Farner Consulting	« CFF marque employeur »
	Forme	« Fiesta »
	Agence Trio	« MyBENU »
	Numéro 10	« Recrutement TL »



Prix	Agence	Projet
Catégorie ÉVÉNEMENTIEL / BUZZ / GUÉRILLA		
Vainqueur	Buxum Communication	« #GeRouleLeger » – Catch a Car
Shortlistés	Alternative Communication	« Stop Mégots » – Ville de Genève
	Do! L'agence	« Le métro nous mène en bateau » – CGN



CAVALCADE – ANNONCE / AFFICHE / VISUEL



NUMÉRO 10 – FILM PUBLICITAIRE



FARNER CONSULTING – FILM CORPORATE



FREESTUDIOS – FILM WEB



SEDRİK NEMETH – CONTENT MARKETING / RÉDACTIONNEL
SOCIAL MEDIA



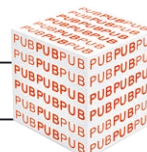
METADESIGN – BRANDING / CORPORATE PUBLISHING



FRANZ&RENÉ – CAMPAGNE 360° / STRATÉGIE MÉDIA



BUXUM COMMUNICATION & DIGITAL STRATEGY –
ÉVÉNEMENTIEL / BUZZ / GUERILLA



LES PROJETS PRIMÉS AU #MDP19

VISUELS DES VAINQUEURS

ARTICLE ÉCRIT PAR
CHRISTOPHE ROBERT-NICOUD

Catégorie : ANNONCE/AFFICHE/VISUEL

Vainqueur : Cavalcade avec « Fast News » pour Sept.info



« Les médias se transforment en fast food : la rapidité prime sur la qualité ! » Partant de ce constat, les Genevois de Cavalcade imaginent une campagne d'affichage à la fois drôle et pertinente pour le magazine Sept.info, posant un regard décalé sur le monde des médias. Le choix d'illustrer des thèmes brûlants de l'actualité sous forme de fast food, offrant une lecture simple des affiches et soutenant le positionnement du titre, a été plébiscité par le jury et permet à Cavalcade de décrocher le CUBE de la catégorie « Affiche ».

Catégorie : FILM PUBLICITAIRE

Vainqueur : Numéro 10 avec « 364 jours d'attente » pour Conforama



Dans une catégorie « Vidéo » qui s'est multipliée en trois CUBES face au nombre de projets inscrits, c'est l'agence bernoise Numéro 10 qui l'emporte dans la sous-catégorie « Film Publicitaire ». La simplicité et l'humour redoutable de cette campagne pour les offres « promo » proposées par le magasin de meubles Conforama à l'occasion de son anniversaire a fait mouche auprès du jury. Un spot de trente secondes, une franche rigolade et c'est dans la poche pour Numéro 10 !

Catégorie : FILM CORPORATE

Vainqueur : Farner Consulting avec le film « Marque Employeur » pour les CFF



Les films institutionnels ont eu particulièrement la cote à l'occasion de cette édition 2019 du Meilleur de la Pub. Dans cette seconde sous-catégorie « Vidéo », c'est Farner qui remporte le CUBE pour son travail sur la marque employeur des CFF. Une production léchée et un storytelling maîtrisé permettent à la série de six mini-films, retraçant chacun le parcours d'un employé des CFF, d'obtenir les voix des jurés.

Catégorie : FILM WEB

Vainqueur : Freestudios avec la websérie « Le Gentleman's Way » pour Chopard



Dernier CUBE remis dans la catégorie « Vidéo », les webséries et autres productions à voir le jour en ligne ont également été bien représentées dans ce crû 2019 du Meilleur de la Pub. Pour le jury, c'est Freestudios qui a su tirer son épingle du jeu parmi les formats courts et/ou carrés. La websérie « Le Gentleman's Way » pour Chopard a captivé le jury, qui a non-seulement relevé la qualité de la production, mais aussi l'idée créative déclinée en 18 (!) épisodes.





Catégorie: CONTENT MARKETING / RÉDACTIONNEL SOCIAL MEDIA

Vainqueur: Le photographe Sedrik Nemeth avec sa série de photos « Social Media » pour le domaine Thierry Constantin



Une fois n'est pas coutume, ce n'est pas une agence à qui revient le CUBE de la catégorie « Content Marketing », mais à un photographe. Sedrik Nemeth a su séduire le jury par la qualité de ses visuels créés spécialement pour les médias sociaux pour le domaine Thierry Constantin, vigneron éleveur. Sans jamais apparaître, le vin est mis à l'honneur au travers de mets avec lesquels il est accordé. Chaque plat représente un établissement où l'on peut le déguster. A table!

Catégorie: BRANDING / CORPORATE PUBLISHING

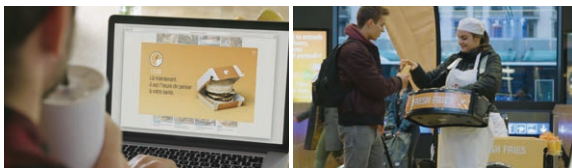
Vainqueur: MetaDesign pour le rebranding de Mirabaud



Pour son bicentenaire, la banque Mirabaud a décidé de faire évoluer son identité visuelle. Aux commandes de ce rebranding: l'agence MetaDesign, qui soulève le CUBE pour la catégorie. Le Branding a fort bien été représenté cette année, puisque tous les projets inscrits dans la catégorie ont obtenu le rang de shortlistés. Mention spéciale du jury pour les projets des agences Forme et Cayenne Communication Visuelle, tous deux passés à deux doigts de la consécration.

Catégorie: CAMPAGNE 360° / STRATÉGIE MÉDIA

Vainqueur: FRANZ&RENÉ avec « With Fresh Fries » pour le Groupe Mutuel



Le fast food: un thème porteur pour cette édition 2019 du Meilleur de la Pub! Pour le Groupe Mutuel, l'agence bernoise franz&rené a pris le parti de communiquer différemment des autres assureurs-maladies nationaux. Point de prix ou de produits à la période des primes, mais un conseil: « moins de fast food, plus de fresh food ». Des visuels de burgers, de frites ou de sundaes faits à base d'aliments sains, une présence sur les médias digitaux et traditionnels et même un peu d'événementiel permettent au projet de remporter le CUBE de la catégorie « Campagne 360° ». Mention spéciale du jury pour le projet « Recrutement TL » des autres bernois Numéro 10.

Catégorie: ÉVÉNEMENTIEL / BUZZ / GUERILLA

Vainqueur: Buxum Communication & Digital Strategy pour l'événement #GeRouleLéger de Catch a Car



Genève: un afterwork mystérieux, un happening planant, une voiture volante... Pas de substances psychotropes pour tenir un tel langage, juste la découverte du projet événementiel et guerilla de Buxum Communication. Pour le service de car sharing en libre-service Catch a Car, l'agence a imaginé un événement en plusieurs temps: une nuit pour accrocher 2500 ballons biodégradables en ville de Genève avec une invitation à une mystérieuse soirée qui a vu une voiture Catch a Car décoller. Le client a constaté une nette consolidation de sa notoriété. Buxum, quant à elle, est repartie avec le CUBE de la catégorie.