

## REGLEMENT

!! Chaque dossier doit être argumenté et illustré afin de convaincre au mieux le jury. !!

!! Chaque dossier doit impérativement respecter la structure suivante : cible, objectif, stratégie, réalisation et résultat + copie ou lien vers le titre concerné avec la date de publication/mise en ligne – **maximum 3 à 4 pages/dossier** !!

Tout dossier ne respectant pas ces éléments ne sera pas examiné.

Les supports graphiques peuvent être repris sous forme d'annexes numérotées

## APPROCHE

Les Business to Business Press Awards récompensent les titres de la Presse Professionnelle<sup>1</sup> belge, print et digitale qui, tout au long d'une année (juin 2013 – juin 2014), se sont démarqués sur 3 critères : pertinence, efficacité et recherche de créativité. Les catégories visées sont reprises ci-dessous. Une publication peut se retrouver dans différentes catégories mais un seul dossier par catégorie.

1. Meilleur article
2. Meilleur édito
3. Meilleur dossier
4. Meilleure Une
5. Meilleure mise en page
6. Meilleur lancement
7. Meilleur relancement
8. Meilleure innovation/diversification
9. Meilleure newsletter
10. Meilleur site internet
11. Meilleure app
12. Meilleure communication B to B
13. Meilleur magazine B to B gratuit

Le jury est composé d'un président et de 10 membres FR/NL, pour moitié, d'éditeurs de presse professionnelle et imprimeurs ; pour autre moitié, de professionnels du secteur MarCom (annonceurs, journalistes, agences, régies). Les membres du jury agiront, en âme et conscience, de manière professionnelle, avec un regard avisé sur la profession et son évolution. Ils ne jugeront ni les dossiers qu'ils présentent, ni ceux de leurs concurrents directs.

---

<sup>1</sup> 'Par définition, la Presse Professionnelle ou Business to Business s'adresse, à l'inverse de la presse grand public, à des cibles bien précises, regroupées généralement autour d'une compétence (métier) commune.' Source : Etude B2B Press – 3ème vague, décembre 2013.

## CRITERES D'EVALUATION DES DOSSIERS

Période couverte : **juin 2013 – juin 2014**

Les critères de jugement des dossiers par catégorie sont les suivants :

**1. Meilleur article**

L'article de fond le mieux traité, avec un éclairage certain et un angle d'approche particulier, décalé, innovant, qui informe avec justesse les professionnels du secteur. Qualité de la réflexion générale et qualité rédactionnelle.

**2. Meilleur édito**

L'édito qui suscite envie, curiosité, mobilisation, proximité et impact dans l'esprit des lecteurs. Qualité de la réflexion générale et qualité rédactionnelle.

**3. Meilleur dossier**

Le dossier le plus complet et le plus accessible, tant au niveau du contenu que de sa forme, qui offre un véritable complément d'informations sur un sujet actuel et encourageant pour le secteur. Qualité de la réflexion générale et qualité rédactionnelle.

**4. Meilleure Une**

La Une qui offre la meilleure image, accrocheuse, équilibrée et originale, et en ligne avec son contenu et la promesse faite à son lectorat. Analyse du contexte, des objectifs, de la qualité graphique et du copy.

**5. Meilleure mise en page**

La mise en page, le choix des photos, le look&feel général qui illustrent au mieux le contenu et l'ADN du titre. Analyse de l'innovation, de la différenciation et de la qualité graphique de l'oeuvre.

**6. Meilleur lancement**

Le titre qui se distingue par son côté novateur, son format, son contenu et sa mise en page et qui témoigne d'une nouvel horizon ou d'un terrain d'opportunités dans le segment presse professionnelle. Analyse du contexte et des objectifs. Présentation de la cible et de la stratégie.

**7. Meilleur relancement**

Le titre qui, avec courage, est capable de se reconstruire, de se remettre en question et d'aborder de nouveaux angles d'approche, informatifs et attractifs, pour son lectorat. Comparaison entre l'ancienne et la nouvelle formule.

**8. Meilleure innovation/diversification**

Le titre qui, avec audace, a intégré et implémenté des solutions, formats ou contenus innovants, print ou digitaux, et qui a réussi la carte de la diversification au sein de ses activités, sans toutefois nuire à son rôle premier d'éditeur. Au niveau du digital, en terme de contenu, on peut citer, à titre d'exemple le concept de longread ou snowfall qui mélange textes, animations, photos et images vidéos. Argumentation sur la qualité de la solution retenue.

**9. Meilleure newsletter**

La newsletter quotidienne ou hebdomadaire la mieux structurée avec une sélection de contenu, de format court et relais plus détaillé dans d'autres supports, suffisamment diversifiée pour être considérée

comme ‘rendez-vous’ incontournable entre le titre et son lectorat. Qualité de la réflexion générale et qualité rédactionnelle.

**10. Meilleur site internet**

Le site internet d’informations professionnelles le mieux structuré (ergonomie), le plus logique (contenu), le plus adaptable (navigation tactile), le plus évolutif (exigences publicitaires, hyperciblage, mobile, nouveaux formats et usages), en ligne avec l’ADN de sa marque et de son rôle premier d’éditeur online (à 100% ou non). Qualité de la réflexion stratégique générale.

**11. Meilleure app**

La meilleure app mobile/tablette, minimaliste, simple et structurée, qui permet une lisibilité parfaite d’un contenu jugé incontournable pour le lectorat, peu importe où qu’il soit, et opère comme une véritable plate-forme de contenu complémentaire au site internet. Qualité de la mécanique générale.

**12. Meilleure communication B to B**

Le titre qui se démarque par sa stratégie marketing et de communication et les résultats qui en découlent en termes de ‘top of mind’ et de recrutement d’abonnés. Analyse de la pertinence, de l’efficacité, de la créativité, de la qualité de la communication.

**13. Meilleur magazine B to B gratuit**

Le meilleur magazine B to B qui autofinance sa communication vers ses clients sans aucun apport publicitaire.

## CLOTURE REMISE DES DOSSIERS

Tout dossier de candidature devra obligatoirement être remis chez Media Marketing, Chaussée de Waterlooesteenweg, 870 – 1180 Brussels, pour le **lundi 19 septembre 2014 à 12H**. Tout dossier déposé en retard ne sera pas pris en considération.

Chaque membre du jury aura pour mission de choisir individuellement, sur base d’une grille de critères d’évaluation repris ci-dessus, 3 dossiers par catégorie. Le jury se réunira ensuite le **lundi 3 octobre 2014** chez Media Marketing, de 12H à 17H, afin de procéder au vote final par catégorie.

## MATERIEL A LIVRER

Le matériel complet (dossier de 3 à 4 pages selon la structure et les critères d’évaluation précités + illustrations) doit être livré dans une enveloppe ou sur clé USB chez Media Marketing (Chaussée de Waterlooesteenweg, 870 – 1180 Brussels) pour le **lundi 19 septembre 2014 à 12H**.

Une fois le dossier remis, il ne peut plus être modifié.

Tout dossier incomplet ou ne respectant pas la structure et les critères d’évaluation sera refusé par le jury.

## AWARDS CEREMONY

Les gagnants de chaque catégorie se verront remettre un award lors de la cérémonie de gala des Business to Business Press Awards (4/11/2014). Les nominés recevront un diplôme.

Prix pour une table de 10 pour les membres UPP ou The Ppress : € 1.000  
Prix pour une table de 10 pour les non-membres UPP ou The Ppress : € 1.500  
Prix pour une inscription individuelle pour les membres UPP ou The Ppress : € 120  
Prix pour une inscription individuelle pour les non-membres UPP ou The Ppress : € 170

Media Marketing publiera un Special 'Business to Business Press Awards' qui sera remis aux participants de la soirée.

Un communiqué de presse sera rédigé et diffusé par les associations et sponsors qui appuient cette première édition des Business to Business Press Awards.

## **DATES CLES**

### **19 Septembre 2014**

Clôture de la remise des dossiers (à livrer chez Media Marketing pour 12H)

### **3 Octobre 2014**

Réunion du jury

### **4 Novembre 2014**

Business to Business Press Awards Ceremony 2014 (BOOK YOUR AGENDA)

## **CONTACT**

Nathalie Hublet  
Brand Manager Media Marketing, Marcom World S.A.  
Chaussée de Waterlooesteenweg, 870 – 1180 Brussels  
Tel : 02 372 21 30  
E-mail : [nathalie@mm.be](mailto:nathalie@mm.be)