



Le Palmarès 2009 de la Presse Professionnelle distingue les titres de presse professionnelle qui se sont montrés particulièrement pertinents, efficaces et créatifs. Le titre inscrit concourra selon son tirage dans les catégories - de 15 000 exemplaires ou + de 15 000 exemplaires.

## Catégories du Palmarès

1. Meilleur article  
(trois pages maximum),
2. Meilleure enquête  
(quatre pages minimum),
3. Meilleur édito,
4. Meilleur numéro spécial,
5. Meilleure "Une",
6. Meilleure photo, reportage photos,  
illustration ou infographie,
7. Meilleure initiative éditoriale,  
(événementiel, lancement, concours...),
8. Meilleure réalisation numérique,
  - 8.1. Meilleur site de presse,
  - 8.2. Meilleur portail métier/communauté,
  - 8.3. Meilleur support nomade  
(mobile, smartphone, BlackBerry...),
  - 8.4. Meilleure vidéo web,
  - 8.5. Meilleure Newsletter (« Push »)

Le jury décernera éventuellement une "**Palme d'Or**" au meilleur dossier toutes catégories confondues ou au meilleur journaliste.

**NOUVEAU** : Une publication peut présenter plusieurs projets dans différentes catégories, mais un seul dossier par catégorie.

## Participants

Les projets présentés par les éditeurs doivent concerner des titres de presse professionnelle adhérents de l'Association pour la Promotion de la Presse Professionnelle qui possèdent un numéro de Commission Paritaire des Publications et des Agences de Presse (C.P.A.P.) et qui sont conformes à la Charte de la Presse Professionnelle (ci-jointe).

## Période de qualification

Tous les projets (articles, publications, sites...) publiés ou sortis entre juillet 2008 et juin 2009

## Pièces à fournir concernant chaque dossier présenté

- ① Le formulaire 1 (un par publication)
- ② Le formulaire 2 (photocopiés en 21 exemplaires)
- ③ Pour les catégories 1, 2 et 3, joindre 2 exemplaires de la publication et 19 photocopies de l'article, enquête ou édito concerné.

Pour les catégories 4, 5, 6, joindre 21 exemplaires de la publication concernée

Pour la catégorie 7 (initiative éditoriale) : cette catégorie vise à récompenser une initiative originale d'un éditeur. Joindre les éléments qui viennent étayer votre recommandation plus, soit 21 exemplaires de la publication concernée, soit 19 photocopies + 2 exemplaires selon la proposition.

Pour la catégorie 8, (réalisation numérique), joindre 21 sorties papier de la présentation. Ne pas oublier d'indiquer comment y accéder (code d'accès, adresse du site...) et la date de création.

Le règlement (participation aux frais à l'ordre de ASSOCIATION PRESSE PRO)

Participation financière par dossier : 270 € HT (1<sup>er</sup> dossier), 90 € HT (2<sup>e</sup> et suivants d'une même publication).

Pour les titres dont le tirage est inférieur à 15 000 exemplaires : 180 € HT (1<sup>er</sup> dossier), 60 € HT (2<sup>e</sup> et suivants d'une même publication).

Le dossier devra être adressé à  
Palmarès 2009 de la Presse Professionnelle  
A l'attention de Catherine CHAGNIOT  
37 rue de Rome - 75008 PARIS

### *Sélection des dossiers*

Dans un premier temps, le jury, composé de personnalités de la presse et de la communication, sélectionnera les dossiers. Dans un second temps le jury décernera les prix.

Les membres du jury qui présentent des dossiers ne jugeront ni leurs dossiers, ni ceux de leurs concurrents directs.

Le jury est souverain de l'ouverture ou de la fermeture d'une catégorie de prix.

**Les critères de jugement sur la base des éléments remis au jury seront les suivants :**

- Meilleur article / enquête / numéro spécial / édito : analyse des éléments de novation, de pertinence et de qualité rédactionnelle. Qualité de la réflexion générale.
- Meilleure photo, illustration, infographie : analyse du contexte et des objectifs. Analyse de novation, de différenciation et de qualité graphique de l'œuvre.
- Meilleure "Une" : analyse du contexte et des objectifs. Qualité graphique.
- Meilleure initiative éditoriale : analyse du contexte et des objectifs. Présentation de la cible et de la stratégie.
- Meilleure réalisation numérique : analyse des éléments de novation, de pertinence et de qualité en fonction des cibles et stratégies. Argumentation sur la qualité de la solution retenue. Pertinence de l'interactivité.

### *Clôture des inscriptions*

Tout dossier de candidature devra parvenir à Presse Pro (Palmarès 2009 de la Presse Professionnelle) **avant le 12 juin 2009**. Tout dossier incomplet pourra être refusé par le jury.

### *Promotion des résultats*

- Le gagnant de chaque catégorie se verra remettre un trophée et les nominés un diplôme, à l'occasion de la soirée de présentation des résultats au mois d'octobre.
- Les éditeurs qui concourent s'engagent à consacrer à l'automne 2009 une page de publicité pour publier dans leurs titres les résultats, à l'exception éventuelle des résultats concernant leurs concurrents directs ou indirects. Cette parution se fera dans un cadre pré-formaté (1 page - typons ou éléments numériques fournis). Les éditeurs s'engagent également à publier les logos et mentions des organisateurs et sponsors figurant sur cette page.
- Les résultats paraîtront dans CB News, partenaire média du Palmarès 2009 de la Presse Professionnelle.

### *Renseignements*

Catherine CHAGNIOT  
Palmarès 2009 de la Presse Professionnelle  
Tél. : 01 44 90 43 76

---

# *Palmarès 2009 de la Presse Professionnelle*



## *La Charte de la Presse Professionnelle*

Les publications de la Presse Professionnelle doivent respecter les conditions spécifiques suivantes :

- Présenter un caractère d'intérêt professionnel quant à la diffusion de la pensée, en particulier la diffusion de l'information professionnelle auprès de publics spécialisés.
- Contribuer à la formation professionnelle des catégories de publics visés.
- Avoir un contenu rédactionnel indépendant, élaboré, varié et diversifié quant aux sujets traités et ne pas constituer des organes de documentation administrative ou corporative, de défense syndicale ou de propagande pour des associations, groupements ou sociétés.
- Disposer de ressources financières indépendantes provenant d'une diffusion payante au sens de l'article 72 de l'annexe III du CGI et des recettes de publicité, sans consacrer plus des 2/3 de la surface totale de la publication aux insertions publicitaires.
- Paraître régulièrement et au moins une fois tous les trois mois et être disponibles à la vente et à l'achat à tous.
- Etre indépendantes, notamment pour leur équilibre financier, de tout organisme associatif, corporatif, syndical, administratif ou parapublic.

**Les éditeurs de presse professionnelle s'interdisent de pratiquer des méthodes de vente, de publicité ou de diffusion utilisant des arguments fallacieux ou mensongers.**

---