



Communiqué de presse

Paris, le 11 septembre 2006

Ouverture des inscriptions pour le 2^{ème} Grand Prix de la Communication Solidaire organisé par Communication Sans Frontières

*Un Grand Prix exclusivement dédié aux campagnes de communication du tiers secteur
pour la deuxième année consécutive.*

Après le succès de la 1^{ère} édition le 5 décembre dernier, Communication Sans Frontières (CSF), association humanitaire de professionnels de la communication, des médias et du marketing annonce l'ouverture des inscriptions **2^{ème} Grand Prix de la Communication Solidaire**, dans le but de récompenser les professionnels de la communication et les acteurs du secteur solidaire pour la qualité et l'éthique de leur travail.

Généralement reléguée au rayon « grandes causes », la communication du tiers secteur n'en reste pas moins l'une des plus créatives et des plus essentielles dans les sociétés qui cherchent à voir les causes humaines reprendre force et vigueur face à des communications commerciales omniprésentes.

Les agences de communication, les associations et organisations de solidarité internationale, les fondations, les institutions publiques ou privées, qui ont conçu et exploité des campagnes de communication média **entre le 1^{er} juillet 2005 et le 31 août 2006**, sans distinction d'origine géographique, pourront y participer. Les campagnes ne pourront concourir que si elles répondent à des objectifs mettant en jeu la citoyenneté, la solidarité, le caritatif, le commerce équitable, le développement durable, une grande cause ou une cause d'intérêt général ou publique .

Les campagnes Presse, Télévision, Radio, Cinéma, Affichage et nouveau pour l'édition 2006, Internet, pourront prétendre aux récompenses qui seront décernées par un jury de 10 membres composé comme suit :

- 2 personnes issues du monde des organismes ou associations de solidarité
- 2 personnes issues de la communication et de la publicité,
- 2 personnes issues des médias,
- 2 personnes issues du multimédia,
- 2 personnes issues du monde de l'entreprise,

La Présidence du jury sera choisie parmi les membres du jury.

La composition du jury du Grand Prix de la Communication Solidaire, ainsi que la date exacte de remise (en décembre 2006) et le lieu de la cérémonie, seront communiqués ultérieurement. Le Public Système partenaire pour la deuxième année consécutive s'occupera de toute l'organisation du Grand Prix de la Communication Solidaire.

Par ailleurs, **une campagne de communication** réalisée par l'agence de publicité Nouvel Eldorado, orchestrée par l'agence de RP Précision, mécènes toutes les deux de CSF, et avec le travail gracieux du photographe Baptiste Lignel, sort également ce jour.



**RIEN A VENDRE
TOUT A DEFENDRE**

2^e GRAND PRIX DE LA
COMMUNICATION SOLIDAIRE
à l'initiative de



**COMMUNICATION
SANS FRONTIÈRES**

Pour la deuxième fois en France, Communication Sans Frontières organise le Grand Prix de la Communication Solidaire destiné à récompenser les campagnes des organisations de solidarité dans les catégories TV, cinéma, radio, affichage, presse ou Internet diffusées entre le 1^{er} juillet 2005 et le 31 août 2006. Si vous pensez que votre campagne n'a rien à vendre mais tout à défendre, inscrivez-vous dès aujourd'hui sur le site : www.communicationsansfrontieres.net

        

Toutes les modalités de participation à ce Grand Prix sont disponibles sur le site Internet de CSF à l'adresse suivante : http://www.communicationsansfrontieres.net/agenda/grand_prix.html

A propos de Communication Sans Frontières® (CSF)

Reconnue d'intérêt général, l'ONG à but non lucratif Communication Sans Frontières fédère des professionnels de la communication désireux de s'investir durablement et déontologiquement dans l'accompagnement ou la mise en place des stratégies de communication des ONG. Ces professionnels souhaitent, par ailleurs, susciter des débats de fond et de forme sur la communication humanitaire, caritative, des grandes causes, du commerce équitable et du développement durable.

CSF a été créée en 2003 par Bruno Georges David, spécialiste de la communication (RSCG, Publicis, McCann-Erickson) et président de l'ONG médicale Noir&Blanc, qui intervient en Afrique pour aider les victimes de la drépanocytose (maladie génétique touchant des millions de personnes et en particulier les enfants).

CSF œuvre à la construction d'une relation éthique et déontologique entre ONG, professionnels de la communication, entreprises et donateurs.

www.communicationsansfrontieres.net

Contacts Presse :

Agence de relations presse PRECISION	Communication Sans Frontières caroline.darmon@communicationsansfrontieres.net ou Grand.prix@communicationsansfrontieres.net
---	---

