



**PREMIER  
MINISTRE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



Les **Prix** de la  
**communication**  
de l'**État**

RÈGLEMENT  
INTÉRIEUR  
**2025**

Service d'information  
du Gouvernement

## ARTICLE 1 - OBJET DES PRIX

Les Prix de la communication de l'Etat ont pour objectif de valoriser et récompenser les actions et dispositifs de communication émanant des ministères, des représentations diplomatiques, des opérateurs de l'État de droit public, des services déconcentrés et d'encourager le développement d'initiatives au service des grandes verticales de la communication de l'État.

## ARTICLE 2 - CATÉGORIES

Les Prix de la communication de l'Etat comprennent les catégories suivantes :

### 1 - LE PRIX DE L'AUDACE CRÉATIVE

Récompense l'originalité et l'audace d'une l'idée créative, son insight, ainsi que sa réalisation et/ou sa stratégie médiatique.

Sont éligibles dans cette catégorie les dispositifs de communication sur toutes formes de média, politiques de sponsoring et partenariat, les refontes d'identités visuelles et opérations de *branding* institutionnel différenciantes, et les créations originales pour les réseaux sociaux en organique.

L'objectif de cette catégorie est de valoriser une communication audacieuse et ancrée dans les enjeux contemporains, qui tend à faire émerger la parole de l'État et à renforcer la perception des institutions publiques.

Critères principaux de notation : Originalité de l'idée, qualité d'exécution, pertinence du message, prise de risque, impact émotionnel (interaction, engagement et appréciation du public).

### 2 - LE PRIX DES NOUVELLES ÉCRITURES

Récompense l'émergence de nouveaux formats narratifs qui contribuent à réinventer les codes de la communication institutionnelle en explorant des approches, supports nouveaux et une stratégie éditoriale innovante.

Sont éligibles des formats tels que les vidéos courtes et/ou longues, les podcasts, récits immersifs (VR/AR), micro- narrations (stories éphémères, snack content) et autres formes de storytelling innovant incluant la société civile.

L'objectif de cette catégorie est de valoriser les initiatives qui transforment la manière dont l'action publique est racontée et partagée, contribuant ainsi à redéfinir les codes traditionnels de la communication de l'État.

Critères principaux de notation : Choix narratifs et éditoriaux, originalité des formats, qualité de production, stratégie de distribution

### 3 - LE PRIX EXPÉRIENCE DIGITALE

Récompense la qualité et la fluidité des parcours digitaux.

Sont éligibles le lancement ou la refonte de sites internet ou services numériques destinés au public, les efforts réalisés pour améliorer ou fluidifier les expériences digitales sur l'ensemble des devices, la cohérence des écosystèmes digitaux (site, application, plateforme, réseaux sociaux), et tout chantier engagé pour proposer aux citoyens des expériences digitales "sans couture".

L'objectif de cette catégorie est de valoriser les initiatives visant à faciliter l'accès, via un support numérique optimisée notamment en termes d'UX/UI, à une information ou un service de manière claire et bien ordonnée.

Critères principaux de notation : Qualité de l'interface et de l'expérience utilisateur, ergonomie, simplicité et navigation, accessibilité, performance des parcours proposés.

#### 4 - LE PRIX DE L'AUDIENCE PLANNING

Récompense la justesse et la précision des actions média entreprises dans le cadre d'un dispositif de communication.

Sont éligibles toutes opérations de communication pouvant témoigner de résultats d'audience et/ou de *reach* significatifs.

L'objectif de cette catégorie consistera à valoriser la capacité d'un dispositif de communication à atteindre, de manière efficace, le ou les publics ciblés.

Critères de notation : Qualité du ciblage média (segmentation de la cible, adéquation plan media-cible), synergie des canaux, cohérence avec les objectifs, optimisation budgétaire, indicateurs de performance (CPM, CPC, CPA, taux de clic, engagement, etc.)

#### 5 - LE PRIX LEVIERS DU CHANGEMENT

Récompense l'efficacité d'un dispositif de communication dans l'atteinte de l'une des deux grandes finalités de communication suivantes : recruter ou changer les comportements.

Sont éligibles l'ensemble des opérations de communication pouvant prouver, au travers d'indicateurs mesurables, leur capacité à attirer et recruter de nouveaux publics ou à induire des changements de comportements.

L'objectif de cette catégorie est de valoriser le succès et l'efficacité des initiatives déployées dans le cadre d'un dispositif de communication, en fonction des objectifs de recrutement ou de changement des comportements visés.

Critère de notation : Indicateurs de performance lié à la conversion et durabilité des actions menées.

#### 6 - LE PRIX DE L'INFLUENCE AUTREMENT

Récompense l'impact des opérations de communication intermédiée basées sur la mise en place de relais stratégiques et/ou de partenariats pertinents.

Sont éligibles les opérations de communication, dispositifs événementiels, campagnes d'influence mises en place avec le concours d'acteurs tels que des entreprises, des associations, des fédérations professionnelles, des médias...

L'objectif de cette catégorie est de valoriser la mise en place de relais de communication pertinents, performants et différenciants visant à amplifier la portée des messages d'intérêt général en y associant des acteurs tiers.

Critères de notation : Retombées médiatiques mesurées (couverture presse, radio, télévisée, visibilité générée sur les plateformes sociales (mentions et diffusions dans l'écosystème digital)

## 7 - LE PRIX DE L'IMPACT POSITIF

Récompense la prise en compte des enjeux de communication responsable, qu'il s'agisse d'éco-communication ou d'accessibilité, dans la création et le déploiement d'un dispositif de communication.

Sont éligibles les dispositifs de communication témoignant d'une forte ambition en termes d'éco-conception, intégrant des principes de durabilité et de respect de l'environnement à chaque étape de leur création et de leur diffusion.

Sont également éligibles, les dispositifs de communication pouvant témoigner de la volonté de mettre l'accessibilité au centre de la démarche et/ou contribuer à mettre en avant des représentations inclusives et diversifiées.

L'objectif de cette catégorie est de valoriser les initiatives de prises en compte et d'accélération de pratiques de communication responsable.

Critères de notation : Ambition et tenue des engagements, indicateurs d'impact environnemental et/ou social, gouvernance et éthique

## 8 - LE PRIX NOUVEAUX REGARDS

Récompense un dispositif de communication 360 imaginé et proposé par les étudiants en communication publique d'un des établissements d'enseignement supérieur ayant accepté de participer au challenge organisé par le Service d'Information du Gouvernement dans le cadre de ce prix.

Sont éligibles les dispositifs proposés par les groupes d'étudiants ayant soumis un dossier complet et valide au regard des conditions prévues par le règlement relatif au prix Nouveaux regards.

L'objectif de cette catégorie est triple :

- confronter le regard des jeunes générations aux problématiques de communication auxquelles fait face l'État ;
- faire émerger les talents de demain ;
- valoriser les méthodes pédagogiques des établissements concernés tout en participant à identifier des solutions pour accompagner les efforts déployés dans le cadre de la politique publique, objet du briefing.

Critères de notation : qualité de la proposition dans son ensemble, pertinence de l'idée créative, qualité de l'exécution, originalité du dispositif, efficacité de la stratégie des moyens et de l'optimisation du budget

## 9 - LE PRIX DE L'ENGAGEMENT CITOYEN

Récompense la campagne de communication d'un acteur « hors sphère étatique » sur des thématiques et grands enjeux sociétaux ou d'intérêt général entrant en résonance avec ceux adressés par la communication de l'État.

Sont éligibles les campagnes portées par des acteurs tels que des entreprises, des associations, des fédérations professionnelles, des médias...

L'objectif de cette catégorie est de valoriser la prise de parole d'un acteur tiers sur une thématique analogue à celles adressées par la communication publique.

Critères de notation : Pertinence du message, qualité de la création, retombées médiatiques.

Un dispositif peut être soumis dans plusieurs catégories.

### ARTICLE 3 - JURY

Les distinctions sont attribuées par un jury nécessairement paritaire constitué par le comité éditorial mis en place par le Service d'Information du Gouvernement et l'agence INfluencia Media Event, mandatée pour l'organisation des Prix de la Communication de l'État.

Il est composé de professionnels de la communication (acteurs publics et privés à l'exclusion des agences partenaires du Service d'Information du Gouvernement ou de la sphère étatique) : entreprises publiques, fédérations professionnelles, instituts d'étude et sociologues ou intervenants au précédent Séminaire des communicants.

Tout membre du jury qui serait concerné directement ou indirectement par un dossier de candidature sera obligatoirement déporté de la catégorie concernée.

### ARTICLE 4 - PÉRIMÈTRE DE CANDIDATURE

Peuvent concourir aux Prix de la Communication de l'État, l'ensemble des acteurs issus des ministères, des représentations diplomatiques, des opérateurs de l'État de droit public et des services déconcentrés.

Sont admis à concourir, en fonction des différentes catégories précitées, toute campagne ou action de communication quel(s) que soi(en)t le(s) mode(s), discipline(s) ou moyen(s) de communication utilisé(s) (publicité, relations presse, relations publique...).

### ARTICLE 5 - PÉRIODE D'ADMISSIBILITÉ

Sont valablement admises à concourir les campagnes ou actions de communication dont la réalisation et l'exploitation a été/est effectuée entre le 1er janvier 2024 et le 31 décembre 2024. Il peut donc s'agir d'une rediffusion ou d'une nouvelle vague à compter du moment où une diffusion s'inscrit dans la période d'admissibilité indiquée.

Il est possible d'inclure des données antérieures à la période d'admission.

Il est également possible que la campagne ait démarré avant la période d'admission et se poursuive après cette même période.

La campagne doit avoir été diffusée pendant la période d'admission, et les résultats évalués par les jurés doivent concerner cette même période d'admission.

### ARTICLE 6 - DOSSIER DE CANDIDATURE

Ne seront prises en considération que les inscriptions dûment remplies à la date de clôture d'inscription, le **14/02/2025**.

Les candidats garantissent l'exactitude des renseignements qu'ils produisent et qu'ils devront éventuellement justifier à la demande du jury.

## ARTICLE 7 - MÉTHODOLOGIE D'ATTRIBUTION DES PRIX

L'organisation présente l'ensemble des dossiers reçus aux membres du jury qui a pour mission d'attribuer un Prix dans chacune des catégories précitées. Les dossiers sont présentés et inscrits dans les catégories sélectionnées par les dépositaires. Un dossier peut être reclassé dans une autre catégorie à la demande du jury.

La première étape du processus d'évaluation se déroule du **14/02/2025 au 04/03/2025**. Elle consistera, pour les membres du jury, à examiner et pré-noter, sur /10, chaque dossier en compétition via une plateforme de notation mise à leur disposition.

En complément des critères inhérents aux différentes catégories, les membres du jury seront amenés à apprécier les critères de sélection suivants :

- Pertinence (cohérence avec le *briefing*)
- Créativité d'exécution
- Innovation (technologie, ciblage, stratégie média...)
- Performances (résultats de l'audience)
- Efficacité (transformation, usage...)

A la suite de cette première étape, les dossiers ayant reçu une note supérieure à 5/10 seront soumis à discussion lors de la session de jury en présentiel, fixée au **04/03/2025**. Le jury procédera alors à l'analyse détaillée des dossiers de candidature et décernera les différentes distinctions.

Toutes les décisions du jury se prennent en séance et à la majorité absolue. En cas d'égalité des votes, il reviendra au président du jury de statuer sur la désignation d'un lauréat.

Tout membre du jury qui serait concerné directement ou indirectement par un dossier de candidature sera obligatoirement déporté de la catégorie concernée. Dans ce cas, le seuil d'atteinte de la majorité absolue sera recalculé en fonction du nombre de votants.

Le palmarès défini à l'issue de la réunion de jury reste sous embargo jusqu'à sa révélation lors de la remise des Prix. Les décisions du jury sont sans appel.

## ARTICLE 8 - LAURÉATS

Les lauréats de chacune des catégories seront contactés par voie électronique, par l'organisateur, à l'issue de la réunion du jury et de ses délibérations. Les résultats étant sous embargo jusqu'à leur révélation, chaque lauréat sera tenu à la plus stricte confidentialité.

## ARTICLE 9 - DISQUALIFICATION

Toute violation des règles du présent règlement, notamment celles relatives aux conditions d'admission à la compétition, au contenu des dossiers remis par les participants ou à la violation de la confidentialité exigée des lauréats, est susceptible d'entraîner la radiation de la candidature en cause. Les motifs ayant conduit à la disqualification de celle-ci seront mentionnés au participant.

## ARTICLE 10 - REMISE DES PRIX

Le palmarès sera révélé lors du Séminaire des Communicants de l'Etat (date communiquée prochainement). Il donnera lieu, par la suite, à une médiatisation sur les supports de communication du Service d'Information du Gouvernement et sur INfluencia, média professionnel partenaire de l'événement.

## ARTICLE 11 - DROITS À L'IMAGE DES PARTICIPANTS

Du simple fait de leur participation et/ou inscription, les participants et/ou inscrits autorisent le Service d'Information du Gouvernement et INfluencia à utiliser et diffuser, à des fins de communication, les photographies et vidéos sur lesquelles ils figurent.

## ARTICLE 12 - ACCEPTATION DU RÈGLEMENT

La participation aux prix implique l'acceptation pleine et entière du présent règlement.

## ARTICLE 13 - RGPD

Les données recueillies dans le cadre de l'évènement sont nécessaires à son organisation (inscription, diffusion d'informations, étude des cas, remise des prix, etc.). Elles font l'objet d'un traitement informatique de la part du Service d'Information du Gouvernement et de ses sous-traitants informatiques. Les noms des participants et des membres du jury pourront être diffusés au public lors de l'évènement.

En application de la loi du 6 janvier 1978 modifiée, les participants bénéficient d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition, ainsi qu'un droit à la portabilité de leurs données personnelles fournies dans ce cadre. Pour exercer ces droits, il convient de s'adresser à INfluencia Media Event. Les données personnelles fournies dans le cadre de la participation à l'évènement seront conservées pendant une durée de 5 années.