

Académie des Sciences Commerciales



Prix télévisuels 2024

Mercredi 22 mai 2024 à 18 h
Paris expo Porte de Versailles
Hall 6

Siec
Salon International des
Espaces Commerciaux

www.academie-des-sciences-commerciales.org

Académie des Sciences Commerciales

L'Académie des sciences commerciales créée en 1957 par Pierre Hazebroucq, a pour mission d'analyser et d'éclairer les grands enjeux du commerce et du marketing, avec un souci constant d'objectivité et d'indépendance.

Les domaines qui intéressent l'Académie concernent tous les échanges de biens et de services réalisés à travers le commerce physique et électronique ainsi que les activités de support permettant de les faciliter :

- le marketing (études, produits et marques, distribution, merchandising, promotion, communication, etc.) ;
- le commercial (vente et méthodes de vente, législation, etc.) ;
- les activités de services (banque, assurance, tourisme, loisirs, etc.) ;
- le transport et la logistique ;
- les études historiques, sociologiques et prospectives.



FONCTIONNEMENT DE L'ACADÉMIE

Composée de 40 membres, élus parmi des dirigeants et des universitaires de renom, cette institution :

- **s'informe** en permanence des tendances marquantes et des avancées conceptuelles entrant dans son champ de compétence ;
- **récompense** chaque année par des prix et médailles les meilleurs écrits et les meilleurs audiovisuels traitant du commerce au sens large ;
- **actualise** un dictionnaire commercial multilingue riche de plus de 7 500 mots et expressions ;
- **publie** des articles et émet des avis sur les grandes questions d'actualité.

Le potentiel de l'Académie est renforcé par les connaissances très spécialisées de ses correspondants experts et par celles de ses correspondants étrangers, notamment francophones, qui apportent une vision élargie de la situation et de l'état de l'art dans leurs pays respectifs.



LES PRIX TELEVISUELS FRANCOPHONES

Habituellement l'Académie attribue 4 prix (prix des présidents, prix du jury, prix, coup de cœur, prix étudiant) récompensant les meilleurs documentaires et magazines télévisuels, traitant du marketing et des questions commerciales diffusés sur les chaînes et les réseaux sociaux.

Cette année nous avons ajouté un cinquième prix : le prix de la francophonie.



LE JURY

Le jury, composé de dix membres de l'Académie, récompensera au premier semestre 2024 les meilleurs documentaires et magazines de l'année 2023.

Composition du jury

Zysla Belliat : conseil indépendant en média, marketing, communication, présidente d'honneur de l'IREP, membre du comité scientifique du CESP et de l'IREP, membre du conseil de l'éthique publicitaire de l'ARPP, intervenante en sciences de gestion à l'université Paris 2 Panthéon Assas.

Marc Benoun : cocréateur du Master 2 « Distribution : logistique, vente, négociation » de l'université Paris Dauphine PSL. Conseil en ingénierie pédagogique, Président du jury des prix télévisuels.

Jean François Bosquet : consultant, ancien dirigeant de sociétés d'études de marché (Nielsen, IRI). Administrateur et ex président de la DFCG (Association des directeurs financiers et de contrôle de gestion).

Madeleine Champagne : lobbyiste et correspondante de l'Académie au Québec.

Blaise Durand-Réville : ancien Directeur des Affaires internationales de Promodès-Carrefour. Senior consultant. Délégué CRA, Conseiller du Commerce extérieur de la France.

Nicolas Inglard : Directeur d'Imadeo à Genève, entreprise spécialisée dans les études clients, les analyses d'implantation et les solutions marketing pour le commerce.

Académie des Sciences Commerciales

Elena Lizon-Respaut : créatrice du Master Humanités et Management et ancienne directrice du département d'Espagnol à l'université Paris Dauphine PSL. Vice-présidente de l'association Dialogo France.

Gérard Noël : médiateur d'entreprise, ancien dirigeant d'entreprises de la grande consommation, ancien président de l'Union des Marques et du Centre d'Études des Supports Publicitaires (CESP).

Gilles Pacault : différentes responsabilités en Marketing et Communication au sein des entreprises Unilever et Nestlé France, Vice-président délégué de Prodimarques et Président du Comité Marketing de la Marque de L'ILEC, Conseil auprès du CNE (Conseil National de l'Emballage).

Claire Roederer : Professeur des Universités, Responsable Spécialisation Marketing Stratégique et Opérationnel Programme Grande Ecole.



MODALITÉS DE RECENSEMENT DES ŒUVRES

Le jury recense les productions à analyser par tout moyen possible, notamment par la veille active des membres du jury, celle des autres académiciens, par le suivi des magazines audiovisuels, par la consultation des banques de données documentaires, par les indications données par des visiteurs du site de l'Académie et par les organismes professionnels de l'audiovisuel.



CARACTÉRISTIQUES DES ŒUVRES ÉLIGIBLES ET CRITÈRES DE NOTATION RETENUS

Documentaire autonome (documentaire ou docu-fiction) ayant une durée de 52 mn ou plus, ou documentaire intégré dans un magazine économique avec des séquences dépassant 10 mn.

Ces documentaires sont évalués selon trois critères, originalité du sujet, qualité de la réalisation, valeur d'exemple et notés sur une échelle d'intensité en quatre points pour chacun des critères précédemment mentionnés.



LE PALMARÈS 2023

La 3e cérémonie de remise des Prix télévisuels de l'Académie des Sciences Commerciales s'est tenue le 19 septembre au SIEC (Salon International des Espaces Commerciaux) sous l'égide de Marie Cheval, Présidente de la FACT (Fédération des acteurs du commerce dans les territoires).



• Prix des Présidents

à Stéphane BÉGOIN

pour

« L'invention du luxe à la française »

ARTE



• Prix du Jury

à Léa THIRION

pour

« 90' Enquêtes : Géants de la vente sur internet contre les petits commerçants, la guerre est déclarée »

TMC



• Prix coup de cœur

à Christelle GILBERT et Yann CANDELIER

pour

« Zone Interdite : Tout plaquer pour ouvrir son commerce, ils osent l'aventure »

M6



• Prix Étudiant

remis à Jean François NORMAND, de la délégation du Québec, pour Sonia DESMARAIS

pour

« Derrière le sourire d'AMAZON »
Radio Canada



DÉVELOPPEMENTS POUR 2024-2025

Développement vers les pays francophones

La coopération est maintenant établie avec le Québec (Radio Canada), la Suisse (RTS) et la Belgique (RTB). Le premier prix de la francophonie sera décerné lors de la cérémonie de 2024.

Diffusion des prix télévisuels auprès d'un public étudiant élargi

Après la création en 2022 d'un prix étudiant avec la participation des enseignants et étudiants de Paris 2 Panthéon Assas et de l'Institut Supérieur du Commerce, la coopération s'est renforcée en 2023 avec L'EM Strasbourg et devrait s'étendre à d'autres écoles et universités



INFORMATION, COOPÉRATION PÉDAGOGIQUE ET MÉCÉNAT

En vue d'accroître la notoriété de l'Académie en général et des prix télévisuels en particulier, une campagne d'information est menée auprès des journalistes économiques et des magazines télévision, des responsables documentaires des chaînes, des plateformes de diffusions et des producteurs et réalisateurs.

De 2021 à 2023, l'Académie s'est constituée une banque de données pédagogiques d'une trentaine de documentaires qui ont été analysés en profondeur. Cette ressource permet de proposer aux enseignants des grandes écoles et universités des conseils pour une utilisation pédagogique.

La FNEGE et le SIEC sont particulièrement remerciés pour leur soutien matériel en 2022 et 2023.

Les ressources de l'Académie des Sciences Commerciales étant essentiellement constituées par la contribution intellectuelle bénévole de ses membres et par leurs cotisations, tout nouveau mécène venant s'ajouter aux contributeurs actuels est bienvenu.



**Académie
des
sciences commerciales
21 boulevard Haussmann
75009 PARIS**