

3 candidatures pour le Prix de contribution

- Justine Estarague, pour une thèse en sciences de gestion soutenue à l'Université de Montpellier : « *L'utilisation de l'humour en communication préventive - l'exemple de l'obésité* »
- Vincent Cocquebert, pour le livre « *Millennial burn-out* », qui dénonce les stéréotypes attachés à la génération Y, génération qui serait fantasmée par le marketing (éditions Arkhé)
- Yassine el Bouchikhi, pour une thèse en sciences de gestion soutenue à l'Université Paris –Dauphine : « *L'impact de la durée et de l'emplacement des interruptions publicitaires sur l'évaluation par l'internaute de son expérience digitale* ».

4 candidatures pour le Prix d'initiative

- L'AACC (Association des agences-conseils en communication) pour un mook pédagogique destiné à aider les agences de création à lutter contre les représentations sexistes en publicité.
- La société Bewise pour une offre d'accompagnement à destination des annonceurs, centrée sur une productivité plus responsable de leurs investissements media digitaux afin de lutter contre la « *pollution numérique* »
- L'annonceur Un Jour Ailleurs : Dans le cadre d'un dispositif global de communication conçu par l'agence Josiane, une démarche citoyenne de la marque de prêt-à-porter pour féminiser les noms des stations de métro du grand Paris.
- La société Sirdata pour son initiative de mise à disposition gratuite, pour les éditeurs de sites, de sa plateforme de gestion des consentements aux cookies (CMP) pour aider à l'« assainissement du marché ».