

GRAND PRIX DU



LES MEILLEURES
STRATÉGIES ÉDITORIALES DE MARQUES

Présentez vos meilleures réalisations !

Le **Grand Prix du Brand Content** récompense les meilleurs contenus éditoriaux de marques, et valorise le talent de l'ensemble des acteurs dans ce domaine.

Dossier de candidature

Date limite de remise des dossiers : **Mercredi 22 février 2012**

Soirée de remise des prix : **Judi 29 mars 2012**



Paris, le 07 Novembre 2011

Madame, Monsieur,

Nous avons le plaisir d'organiser le troisième Grand Prix du Brand Content, qui a pour vocation de récompenser les meilleurs contenus de marques.

Le secteur de la publicité est en pleine mutation, le Brand Content en plein essor. À force de se rapprocher et de parrainer les contenus valorisants pour faire passer leurs messages, de plus en plus de marques deviennent elles-mêmes éditrices de contenus.

Pour sa 3^{ème} édition, le Grand Prix du Brand Content, en partenariat avec TF1 Publicité, Amaury Médias, MEDIAPOST Publicité, Kantar Média, le Club des Annonceurs, l'UDECAM, l'IAB France, l'AACC et Offremédia, invite tous les acteurs ayant développé des stratégies éditoriales de marques innovantes (producteurs de contenus, agences de communication, régies publicitaires, etc.) à participer à cet événement annuel et récurrent.

Innovation, qualité et impact sont les principaux critères du jury pour désigner les lauréats.

Daniel BÔ
PDG
QualiQuanti

Emmanuelle PRACHE
Présidente
PRACHE MEDIA EVENT

Pourquoi un événement sur les contenus de marque ?

Parce que le Brand Content est un phénomène complexe et nouveau qui mérite d'être expliqué et illustré :

- Quels sont les différents types de contenus de marques existants ?
- Quelle nouvelle relation instaurent-ils entre la marque et le consommateur ?
- Comment s'organiser pour produire des contenus de marques ?
- Quels sont les écueils à éviter ?
- Quels sont les critères d'efficacité ?

Une multitude d'acteurs interviennent sur ce marché et aspirent aujourd'hui à une réelle visibilité.

Les Objectifs du Grand Prix

- Valoriser, tous les ans, les meilleures initiatives qui émergent
- Mettre en avant les grandes tendances qui s'affirment
- Encourager les marques à développer des contenus de qualité
- Récompenser les agences et les entreprises pour leur capacité à innover sur ce territoire
- Fédérer un secteur qui regroupe une multitude d'acteurs qui ont besoin de repères

Le Jury

Un jury d'experts composé de **15 personnes** se réunira en février 2012.

Ce jury attribuera des prix (or, argent, bronze) par catégorie, par média, ainsi qu'un Grand Prix et un Prix spécial. Il pourra être amené à reclasser un dossier dans une autre catégorie.

Les Critères de notation

Le jury s'attachera à juger la pertinence de la stratégie par rapport aux objectifs, les moyens mis en œuvre, leur efficacité et les résultats obtenus.

CATEGORIES

1. Alimentaire / Boissons
2. Non-alimentaire / Services
3. Automobile
4. Hygiène beauté cosmétique
5. Banque assurance
6. Commerce, distribution
7. Loisirs et divertissement
8. Edition, presse, médias
9. Informatique, téléphonie, équipement électronique
10. Textile, habillement, mode
11. Transport, Tourisme, Voyages
12. Luxe
13. BtoB
14. Humanitaire, social, grandes causes
15. Consumers magazine

CHOIX DE LA CATEGORIE

Pour chaque opération présentée, indiquer sur les fiches techniques 1 et 2 le code de la catégorie choisie (ex 1 = Alimentaire).

PERIODE DE SELECTION

Vous pouvez présenter toutes les opérations effectuées entre novembre 2010 et février 2012.

FRAIS DE PARTICIPATION

Frais d'inscription : 650 € H.T.
Frais par opération : 400 € H.T.

CLÔTURE DES INSCRIPTIONS

Le mercredi 22 février 2012 – Aucun délai supplémentaire ne sera accordé

PRESENTATION DU DOSSIER

Celui-ci doit contenir les éléments suivants :

- La demande de participation (page 9) **accompagnée du règlement correspondant à l'ordre de PRACHE MEDIA EVENT.**

Pour chaque opération présentée :

- Les fiches techniques 1 et 2 (pages 7 et 8) en deux exemplaires sans aucun recto verso ni agraphe.
- Le matériel (page 6)
- Le descriptif détaillé des éléments fournis (CD, DVD, Documents, etc.)

PRESENTATION DU MATERIEL

1 Support par opération : clé USB ou CD PC

Eléments à fournir :

- Vidéos (2 min max) : fichier quicktime non compressé en .mov
720x576 minimum.
- Images : format jpeg 1024x768 pixels, 72 dpi. 5 visuels max par
opération.
- Documents papier : 2 exemplaires de chaque document présenté
(dossiers et communiqués de presse)
- Audio : fichier mp3

AUCUN LOGO AGENCE SUR LES VIDEOS OU IMAGES

Merci de bien respecter les formats demandés

ENVOI DES ELEMENTS ET RENSEIGNEMENTS

Mention obligatoire sur chaque envoi :

GRAND PRIX BRAND CONTENT

PRACHE MEDIA EVENT

A l'attention de Céline REINE

16, rue de Saint Petersburg

75008 PARIS

Tél : 01 44 69 35 32 – Fax : 01 44 69 35 36

E-mail : creine@prachemediaevent.fr

Site internet : www.grandprixdubrandcontent.fr

FICHE TECHNIQUE N°1

Nom de l'opération: _____

Code catégorie sélectionnée : _____

Support utilisé :

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Applications et contenu Mobile | <input type="checkbox"/> Tv / Vidéo |
| <input type="checkbox"/> Edition / Presse | <input type="checkbox"/> Multimédia / cross content |
| <input type="checkbox"/> Web | <input type="checkbox"/> Evénement |
| <input type="checkbox"/> Cinéma | <input type="checkbox"/> Autre, précisez : _____ |

Contenu de marque :

- Ludique et divertissant** (advergaming, advertainment, branded entertainment,...)
- Informatif et découverte** (reportages, documentaires, certains programmes courts, infotainment,...)
- Utile et pratique** (fiches, livres, tutoriaux vidéos, mais également widgets, applications pédagogiques)

Personne responsable du dossier de candidature

Raison sociale : _____
 Nom du responsable : _____
 Fonction: _____
 Adresse / CP / Ville : _____
 Tél. : _____ Fax : _____
 E-mail : _____

Présentation de la marque, annonceur

Raison sociale : _____
 Nom du responsable du projet : _____
 Fonction : _____
 Adresse / CP / Ville: _____
 Tél. : _____ Fax : _____
 E-mail : _____

Présentation des entreprises intervenantes : Agence / Producteur / Média partenaire

Entreprise 1

Raison sociale : _____
 Nom du responsable du projet : _____
 Fonction : _____
 Adresse / CP/Ville : _____
 Tél. : _____ Fax : _____
 E-mail : _____

Entreprise 2

Raison sociale : _____
 Nom du responsable du projet : _____
 Fonction : _____
 Adresse / CP/Ville : _____
 Tél. : _____ Fax : _____
 E-mail : _____

Entreprise 3

Raison sociale : _____
 Nom du responsable du projet : _____
 Fonction : _____
 Adresse / CP/Ville : _____
 Tél. : _____ Fax : _____
 E-mail : _____

FICHE TECHNIQUE N°2

Nom de l'opération : _____

Code catégorie sélectionnée : _____

Cette fiche technique doit être rédigée (arial caract.12) et non manuscrite.
Elle doit être remise en double exemplaire pour chaque opération présentée.

Elle ne devra pas dépasser 2 pages

- 1. Pitch ou résumé de l'opération :** deux lignes max
- 2. Genèse du projet :** contexte, brief et problématiques
- 3. Description de la réalisation :** concept, modalités d'intégration de la marque
- 4. Description du dispositif :** outils, plan média...
- 5. Résultats, évaluation et bénéfices pour la marque**

DEMANDE DE PARTICIPATION

Entreprise à facturer: _____

Adresse: _____

Code Postal: _____ Ville: _____

Responsable de l'envoi des éléments: _____

Téléphone: _____ Fax: _____

E-mail: _____

Secteur d'activité: _____

• FRAIS D'INSCRIPTION 650 € HT

• FRAIS DE PARTICIPATION

400 € par opération soit _____ x 400 € = _____ € HT

Total HT : _____ €

TVA 19.6%: _____ €

TOTAL TTC: _____ €

Votre règlement doit être joint à cette commande. Nous ne pouvons pas prendre en considération les participations non accompagnées de leur règlement.

En aucun cas, une inscription ne pourra être annulée ou retirée de la compétition après la date de clôture, fixée au **mercredi 22 février 2012**.

Chèque établi à l'ordre de : **PRACHE MEDIA EVENT**.

L'entreprise déclare être propriétaire des droits de toute nature permettant la reproduction de sa ou ses réalisation(s) présentée(s) dans tout support papier ou numérique édité par l'organisateur et garantie à cet effet.

Je reconnais avoir pris connaissance des conditions de participation.

SIGNATURE DU RESPONSABLE

CACHET DE LA SOCIETE