

GRAND PRIX UCCA DE LA COMMUNICATION 2015

RÈGLEMENT DE PARTICIPATION

INTRODUCTION – GÉNÉRALITÉS :

Dans le but de promouvoir en région Alsace la profession d'agence conseil en communication auprès de ses différents publics et d'encourager la créativité mise au service des annonceurs, l'Union des conseils en communication d'Alsace (UCCA) organise un concours destiné à récompenser les messages les plus créatifs et les plus pertinents eu égard aux objectifs visés, émis dans le cadre d'actions de communication (campagnes) réalisées du 1^{er} juillet 2013 au 30 juin 2015. Ce concours est baptisé « **Grand Prix UCCA de la communication 2015** ».

CONDITIONS D'ADMISSION :

Sont invitées à participer au concours, les agences-conseil en communication domiciliées en Alsace, qu'il s'agisse du siège ou d'une filiale, ainsi que les annonceurs eux-mêmes, à condition de concourir conjointement avec leur agence-conseil à l'origine de la campagne présentée.

Les campagnes admises à concourir devront avoir été diffusées pour la première fois entre le 1^{er} juillet 2013 et le 30 juin 2015.

La participation est soumise à la production préalable d'un dossier présentant la campagne et un résumé de sa stratégie préalable, ainsi qu'au dépôt de frais d'inscription correspondant.

Le nombre de campagnes que chaque agence peut présenter est limité à 5 et chaque campagne ne pourra s'inscrire que dans une seule des catégories présentées ci-après, le choix étant laissé au candidat à l'inscription de son dossier.

La participation au *Grand Prix UCCA de la communication 2015* implique l'acceptation pleine et entière du présent règlement et des décisions souveraines prises par le jury ou les organisateurs pour son application.

Chaque campagne soumise au concours donne lieu par ailleurs au versement de frais d'inscription s'élevant à 10 € pour les agences membres de l'UCCA et 50 € pour les autres candidats.

CATÉGORIES :

1. Prix de la communication corporate d'entreprise

2. Prix de la communication commerciale : campagne de promotion d'un produit ou d'un service, la promotion des ventes, le marketing direct.

3. Prix de la communication des collectivités : campagne au bénéfice d'une collectivité locale ou territoriale pour la promotion d'un projet, d'un service public, d'un équipement, d'une cause d'intérêt général...

4. Prix de l'événementiel

5. Prix des relations presse

6. prix du digital : mini-sites, sites et portails, sites e-commerce BtoB et BtoC, applications mobiles et tablettes, dispositifs médias sociaux

En outre, deux prix spéciaux récompenseront des campagnes élues parmi l'ensemble des dossiers nominés, sans distinction de catégorie :

- **Prix du public :** il sera attribué à la campagne qui aura obtenue le plus de vote lors de la soirée du Grand prix

- **Grand Prix** : il sera attribué par le jury à celle des campagnes présentées qui lui aura semblé surpasser les autres, toutes catégories confondues.

Les différents prix seront matérialisés par des trophées.

LE JURY :

Le jury sera composé de manière à garantir les conditions de compétence et d'impartialité optimales. Il comprendra 9 membres :

- 1 représentant des sponsors
- 2 représentants de collectivités (67 + 68)
- 2 représentants du monde des entreprises (67 + 68)
- 1 représentant du monde de la formation marketing/communication
- 1 représentant de la Haute école des Arts du Rhin
- 1 représentant des étudiants marketing/communication
- 1 président choisi à la fois pour ses qualités et pour le prestige de sa fonction.

L'animation du jury sera assurée par des membres de l'UCCA qui ne prendront aucune part aux différents votes.

Il jugera la créativité et la pertinence des messages publicitaires en résonance de leurs stratégies sous-jacentes.

Les jurés désigneront un prix dans chaque catégorie sus-nommée, ainsi qu'un Grand Prix toutes catégories, à l'exception du prix du public.

Il est rappelé qu'aucun membre du jury n'est autorisé à voter pour une campagne le concernant directement ou indirectement. De même, le jury décide librement de ne pas décerner de récompense dans une ou plusieurs catégories, si aucun des dossiers présentés ne lui semble mériter de récompense.

CRITÈRES DE SÉLECTION :

Pour évaluer les dossiers les critères seront les suivants :

- pertinence de la campagne par rapport au contexte pré-établi et à la problématique posée,
- analyse, conception et stratégie (compréhension, impact, attribution à la marque, créativité/originalité, crédibilité),
- qualité de la réalisation, démarche responsable, perception d'efficacité.

CHRONOLOGIE DU CONCOURS :

Inscription : réception des dossiers du 1^{er} mai au 30 juillet 2015

Examen et présélection des nominés : du 1^{er} au 31 août 2013

La présélection des nominés s'effectue sur dossier, à distance : trois nominés sont retenus par catégorie sur la base des critères ci-dessus.

Proclamation des nominés le 1^{er} septembre 2015. Mise en ligne des campagnes sélectionnées.

Proclamation des résultats : jeudi 15 octobre à partir de 19 h 30 à la Cité de la danse et de a musique.

L'ensemble du jury se réunira dans la deuxième semaine d'octobre 2015 pour examiner les dossiers nominés et désignera un lauréat par catégorie, puis le Grand Prix toutes catégories (lauréat parmi les lauréats, toutes catégories confondues).

Le jury évaluera les candidatures sur la base d'une grille d'évaluation commune à tous. Chaque membre disposera d'une voix par catégorie.

Chaque catégorie devra obligatoirement comporter au moins trois candidats. Si ce quota devait ne pas être atteint dans une ou plusieurs catégories, l'UCCA se réserve le droit d'annuler la/les catégorie(s) concernée(s) et/ou de regrouper les candidatures dans une autre catégorie. Le jury se réserve également le droit de modifier, sur accord du candidat, le choix de la catégorie, le cas échéant.

LE DOSSIER :

Chaque dossier comprendra **obligatoirement** les pièces suivantes :

- **la fiche de présentation de l'agence-conseil (dirigeant(s), effectif, CA, MB, spécificités éventuelles...)** ;
- **la fiche technique de la campagne présentée faisant apparaître clairement le descriptif selon les éléments permettant l'évaluation des critères présentés ci-dessus au chapitre « Sélection » selon la fiche technique jointe**
- **les différents types de messages émis (un visuel par message et par type de support)** ;
- **la fiche technique des fichiers et des supports fournis (cf Éléments techniques ci-après)** ;
- **la fiche de présentation nominative de l'équipe en charge de la campagne (identités, fonctions...)** ;

Les dossiers seront à envoyer par voie postale ou numérique (voir adresses en fin de document). En cas d'envoi numérique, la validation de l'inscription ne sera définitive qu'après réception du chèque ou du virement correspondant.

ÉLÉMENTS TECHNIQUES :

Pour chaque dossier présenté, outre les éléments ci-dessus, il est impératif de fournir sur une fiche séparée (dénommée « *fiche technique des fichiers et des supports fournis* »), ceci en fonction des catégories :

- Le descriptif détaillé des éléments fournis (CD, DVD...)
- Presse et publicité extérieure : images en JPEG taille maximum 800x600 pixels, 72 DPI. Toute image hors format sera refusée.
- Radio : exclusivement des fichiers audio mp3 (indiquer le nombre et la durée de chaque spot).
- Télévision et cinéma : exclusivement des fichiers .wmv débit 8Mbit, indiquer le nombre et la durée de chaque film.
- Bannières : tous les formats sont acceptés
- Films viraux : fichier .wmv débit 8Mbits (2 minutes maximum).

Nommer ou numéroter chacune des images figurant au dossier et reporter ce libellé sur la fiche technique en question.

L'ensemble de ces éléments sera

- soit à déposer sur le serveur ftp affecté au *Grand Prix UCCA de la communication 2013*,

- soit à enregistrer sur un/des CD ou clef USB formatés pour PC et à expédier par voie postale. Dans ce dernier cas, fournir obligatoirement un CD, une clef USB ou un DVD par campagne. Ne pas oublier d'inscrire le nom de l'agence candidate et celui de la campagne sur chacun des supports. L'UCCA décline toute responsabilité en cas de vol ou détérioration des éléments présentés.

DÉPÔT DU DOSSIER :

Pour être accepté, le dossier doit être complété conformément aux instructions, et le candidat doit s'acquitter des droits d'inscription dont le tarif est mentionné ci-après. Un accusé de réception sera transmis par mail au candidat dès réception du ou des dossiers de candidature accompagné du règlement des frais d'inscription.

Le ou les dossiers doi(ven)t être expédié(s), **avant le 30 juillet 2015 à minuit** par dépôt en ligne sur le site <http://www.ucc-alsace.com> ou par courrier postal (le cachet de la Poste faisant foi) à :

GRAND PRIX UCCA DE LA COMMUNICATION 2013
à l'attention de Viviane BEOLETTO - présidente
Publicis Activ
1, rue du Dôme
67000 Strasbourg

FRAIS D'INSCRIPTION :

- 10 € par dossier pour les agences membres de l'UCCA
- 50 € par dossier pour les agences non membres de l'UCCA

PROMOTION DES RÉSULTATS :

Les résultats seront proclamés le 15 octobre 2015 à la Cité de la Danse à Strasbourg, à partir de 19 h 30 lors d'une cérémonie publique, en présence du jury et des partenaires de l'UCCA.

Le palmarès sera mis en ligne sur le site de l'UCCA, <http://www.ucc-alsace.com/>

DROITS DE CITATION :

Du simple fait de leur participation au *Grand Prix de la communication UCCA 2015*, les participants autorisent gracieusement les organisateurs à reproduire et diffuser, à toutes fins de communication sur le concours, les créations proposées au titre de leur participation. À ce titre les participants renoncent à tout recours contre les organisateurs de l'utilisation de ces créations, dans le cadre de la communication du *Grand Prix UCCA de la communication 2015*, sur tous supports print ou multimedia.

Par ailleurs, chaque agence candidate est réputée avoir obtenu l'autorisation préalable de concours, de présentation de campagne et de citation de la part de son client annonceur, entreprise, service ou marque cité(e). En cas de litige, l'agence-conseil candidate s'engage à garantir l'UCCA contre tout recours vis à vis du ou des annonceurs concernés.

DROITS DES LAURÉATS :

Le lauréat est autorisé à se prévaloir librement du *Grand Prix UCCA de la communication 2015* qui a été attribué à la création gagnante. Toutefois, ils ne peuvent faire aucun usage commercial ou publicitaire de cette distinction en dehors de mentions approuvées par les organisateurs.

EXCLUSION/DISQUALIFICATION :

Tout non-respect du présent règlement, notamment relatif aux conditions d'admission au *Grand Prix UCCA de la communication 2015* est susceptible d'entraîner le refus d'inscription et/ou la disqualification de la campagne en cause. Les motifs ayant conduit à la décision du jury seront indiqués au participant.

RENSEIGNEMENTS :

mail : <http://www.ucc-alsace.com/>