

GRAND PRIX DU NUMERIQUE

Du SPM Marketing & Publicité

DOSSIER D'INSCRIPTION

Dans le cadre du 27^{ème} Grand Prix de la publicité Presse Magazine

Distinguez la créativité des campagnes numériques
diffusées sur les sites et les applis des grandes marques de presse

Date limite de remise : mercredi 29 février 2012

Isabelle Fredriksson if@pressemagazine.com

Prune Spire prune@pressemagazine.com

01 42 89 55 11

Dossier d'inscription

Grand Prix du Numérique du SPM M&P

Le Grand Prix de la Publicité Magazine organisé par le Syndicat de la Presse Magazine Marketing et publicité atteint sa 27^{ème} édition.

Cette édition innove avec la création du Grand Prix de la Publicité Numérique.

Objet du Grand Prix Numérique

- Distinguer la créativité des campagnes numériques diffusées sur les sites et les applis des grandes marques de presse.

Conditions d'éligibilité

- Peuvent être candidates les campagnes numériques diffusées au cours de l'année 2011, et présentes lors de leur diffusion sur 3 sites ou applis de presse minimum.
(Ex : *capital.fr, elle.fr, express.fr, grazia.fr,...*)
- Tous les formats ou les combinaisons de formats sont admis : displays (bandeaux, pavés, scrapers, interstitiels,...) ou vidéos spécifiques.

Catégories

- Les campagnes seront classées à la demande des agences ou des sociétés qui déposent les dossiers en catégorie brand, trafic et évènementiel et concourront chacune pour un prix dans une de ces 3 classification. Une même création ne peut concourir dans plusieurs catégories en même temps.
- Les vainqueurs de chacune de ces 3 catégories seront en suite en lice pour le Grand Prix Numérique 2011 de la Presse Magazine.
- Le Jury peut décider de l'attribution de plusieurs Prix ou Mentions par catégorie selon la qualité des propositions. Seuls les Prix participent à la compétition pour le Grand Prix.
- Il n'est pas prévu pour l'édition 2011 de Prix par catégorie sectorielle produit, ni par format.

Vote

Le vote pour chaque campagne se fait dans les mêmes conditions que le Grand Prix de la Publicité Presse Magazine :

- par notation sur système bouton poussoir pour le Prix par catégorie qui est attribuée automatiquement à la meilleure note

- par vote à main levée à la majorité simple pour les décisions d'attribuer une mention ou un deuxième Prix par catégorie.
- Pour le Grand Prix Numérique, le vote se fait par bouton poussoir au 1^{er} tour pour attribution des notes initiales, quelque soit le nombre de campagne retenues. Ces notes peuvent être communiquées au Jury. Puis au deuxième tour, le vote se fait à main levée entre les deux campagnes ayant obtenu les meilleures notes et considérées comme les deux finalistes après débats sur les mérites de la créativité des deux campagnes en lice.

Le Grand Prix Numérique est unique, il ne peut y avoir d'ex æquo. A contrario, le Jury est souverain pour attribuer un Prix Spécial. Les décisions se prennent à la majorité simple.

Dotation

- **La Campagne qui emportera les suffrages recevra en dotation une campagne de 8 jours avec une part de voix > 15% sur l'ensemble des sites de Presse adhérents au SPM Marketing et Publicité.**

Participation

- **L'inscription des campagnes est totalement gratuite.**
- L'inscription d'une campagne par une agence, un annonceur ou une régie implique l'acceptation du règlement ci dessus.
- La présentation de la campagne s'accompagne d'une fiche de campagne remplie par la société qui présente la campagne candidate.
- La campagne et ses attendus (contexte, objectifs et intentions, éléments créatifs, déroulés, résultats ,...) doivent faire l'objet d'une **vidéo spécifique de présentation de moins de 2 minutes qui sera projetée en jury.**

Timing

- **Le dossier d'inscription et la vidéo doivent parvenir au SPM au plus tard le 29 février 2012.**
- La composition des Jurys Agences Annonceurs et Editeurs est consultable sur le site pressemagazine.com dès la mi-janvier.
- L'élection du Grand Prix se déroulera à la Villa Médicis, à Rome, les 16 et 17 mars 2012.
- Le Palmarès sera proclamé le mercredi 4 avril 2012 en soirée à Paris.

Fiche de campagne à retourner

Accompagnée de la vidéo de présentation (< 2mn) à :

Isabelle Fredriksson
Syndicat de la Presse Magazine
26, avenue de l'Opéra
75001 Paris

A rendre
au plus
tard le 29
février

GRAND PRIX DE LA PUBLICITE DES MARQUES MAGAZINES CAMPAGNES NUMERIQUES

Annonceur :
Marque :
Produit :
Agence Créative:
Agence Média :

CONTEXTE MARQUE ET MARCHÉ

OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

STRATEGIE CREATIVE

PLACE ET CONTRIBUTION DU NUMERIQUE.

AGENCE :
RESPONSABLE DU DOSSIER A L'AGENCE :
NOM :
TEL :
@ :

Pour toute demande complémentaire, contacter Isabelle Fredriksson, if@pressemagazine.com,
ou Prune Spire, prune@pressemagazine.com, Tel. : 01 42 89 55 06/55 11