

GRAND PRIX DU



LES MEILLEURES
STRATÉGIES ÉDITORIALES DE MARQUES

5ème Edition

DOSSIER DE CANDIDATURE 2014

Présentez vos meilleures réalisations.

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

Date limite de remise des dossiers : **vendredi 28 février 2014**

Soirée de remise des prix : 15 mai 2014

Un événement organisé par **PRACHE MEDIA EVENT**
à l'initiative de **QUALIQUANTI**

PARTENAIRES



YAHOO!



GRAND PRIX

DU



LES MEILLEURES
STRATÉGIES ÉDITORIALES DE MARQUES

DOSSIER DE CANDIDATURE DU GRAND PRIX DU BRAND CONTENT 2014

Paris, le 15 janvier 2014

Madame, Monsieur,

Nous avons le plaisir d'organiser la 5^e **édition du Grand Prix du Brand Content**, qui a pour vocation de récompenser les meilleurs contenus de marques.

Le Grand Prix du Brand Content, en partenariat avec Amaury Médias, Kantar Media, TF1 Publicité, Yahoo !, Offremédia, l'AACC, l'ANAE, CB News, Le Club des Annonceurs, Le Journal du Net et l'UDECAM, invite tous les acteurs ayant développé des stratégies de contenu de marques innovantes (producteurs de contenus, agences de communication, agences médias, régies publicitaires, etc.) à participer à cet événement annuel et récurrent.

Avec ses partenaires fidèles, le Grand Prix évolue chaque année pour aider à décrypter les tendances qui émergent ou qui s'affirment en matière de Brand Content.

Le jury sélectionnera les meilleures opérations de l'année et c'est au cours de la soirée de remise des Prix en mai prochain que sera dévoilé le palmarès 2014.

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

Daniel BÔ
PDG QualiQuant

Emmanuelle PRACHE
Présidente PRACHE MEDIA EVENT

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

Le jury attribuera des prix (or, argent, bronze) par catégorie, par média, ainsi qu'un Grand Prix. 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.

PLAN DE PROMOTION DU PALMARÈS

Le palmarès du Grand Prix du Brand Content 2014 sera dévoilé dans :

- Le Guide du Brand Content 2014 diffusé à 19 500 exemplaires (3 500 exemplaires print et 16 000 versions PDF).
- 100% Médias.
- Le JDN.
- CB News.

Et sur le site du Brand content www.brandcontent.fr



CATÉGORIES

- 1 **Alimentaire, boissons**
- 2 **Non-alimentaire, services**
- 3 **Automobile**
- 4 **Hygiène, beauté, cosmétique**
- 5 **Banque, assurance**
- 6 **Commerce, distribution**
- 7 **Loisirs, 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 **Livres, créés, initiés par des marques**
- 16 **Consumers magazine**
- 17 **Institutions, collectivités**
- 18 **Placement de produits**

GRAND PRIX

DU



LES MEILLEURES
STRATÉGIES ÉDITORIALES DE MARQUES

COMMENT PARTICIPER ?

CHOIX DE LA CATÉGORIE

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

PÉRIODE DE SÉLECTION

Vous pouvez présenter toutes les opérations effectuées entre février 2013 à février 2014.

FRAIS DE PARTICIPATION

Frais d'inscription : 650 € HT

Frais par opération : 400 € HT

CLÔTURE DES INSCRIPTIONS

Le vendredi 28 février 2014 – Aucun délai supplémentaire ne sera accordé.

PRÉSENTATION 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.)

GRAND PRIX

DU



LES MEILLEURES
STRATÉGIES ÉDITORIALES DE MARQUES

PRÉSENTATION DU MATÉRIEL

1 Support par opération : clé USB ou CD PC

Éléments à fournir :

- Vidéos explicatives du contenu de l'opération (2 min max) fichier QuickTime non compressé en .mov 720 x 576 minimum.
- Images : format jpeg 1024 x 768 pixels, 72 dpi. 3 visuels max par opération.

Éléments optionnels :

- 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 ÉLÉMENTS ET RENSEIGNEMENTS

Mention obligatoire sur chaque envoi :

GRAND PRIX BRAND CONTENT

PRACHE MEDIA EVENT

A l'attention de Laura OTTENGA

7, rue Piccini – 75116 Paris

(réception coursier entre 10h et 18h)

Pour toutes informations supplémentaires :

Tél : 01 44 69 35 33 – Fax : 01 44 69 35 36

E-mail : lottenga@prachemediaevent.fr

Site internet : www.grandprixdubrandcontent.fr

NOM DE L'OPÉRATION : _____

CODE CATÉGORIE SÉLECTIONNÉE : _____

SUPPORT UTILISÉ :

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> APPLICATIONS ET CONTENU MOBILE | <input type="checkbox"/> TV / VIDÉO |
| <input type="checkbox"/> ÉDITION / PRESSE | <input type="checkbox"/> MULTIMÉDIA / CROSS CONTENT |
| <input type="checkbox"/> WEB | <input type="checkbox"/> ÉVÉNEMENT |
| <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 _____

