



GRAND PRIX STRATÉGIES DES STRATÉGIES MÉDIAS 2022

STRATÉGIE INTÉGRÉE | STRATÉGIE D'AUDIENCE, DE CIBLAGE,
DE CREATIVE DATA | MÉDIA PRESSE | MÉDIA RADIO |
MÉDIAS TÉLÉVISION, CINÉMA | MÉDIA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE |
MÉDIAS DIGITAL, MOBILE | PLATEFORMES ET RÉSEAUX SOCIAUX |
OPÉRATIONS DE PARTENARIAT, DE PLACEMENT DE PRODUIT, DE MÉCÉNAT |
STRATÉGIE ÉVÉNEMENTIELLE, EXPÉRIENTIELLE |
DISPOSITIFS GRANDES CAUSES, INTÉRÊT GÉNÉRAL |
MEILLEURE STRATÉGIE DE CONTENU POUR LES MARQUES |

PRÉSENTEZ VOS STRATÉGIES MÉDIAS ET HORS MÉDIAS LES PLUS PERTINENT(ES)
ET NOVATR(IC)ES AVANT LE **7 AVRIL 2022**

CONTACT INSCRIPTIONS : **CÉCILE RUBBEN** / CRUBBEN@STRATEGIES.FR

CONTACT PARTENARIATS : **CÉLINE REINE** / CREINE@STRATEGIES.FR

EN PARTENARIAT AVEC :

JCDecaux



AVEC LE SOUTIEN DE :



GRAND PRIX DES STRATÉGIES MÉDIAS 2022

Boulogne, le 31 janvier 2022

Madame, Monsieur,

Le succès d'une campagne de communication ne se limite pas à l'impact de sa création. Dans toute stratégie de communication, la manière d'utiliser les budgets des annonceurs est déterminante dans l'atteinte des objectifs et la détermination du ROI. Le rôle et le poids des investissements médias comme hors médias sont ainsi devenus une donnée stratégique pour les entreprises.

Dans leur quête permanente d'une meilleure efficacité, les marques multiplient les formes de dialogue avec leurs clients, leurs consommateurs, à travers des politiques de plus en plus globales. Leur problématique : l'émergence, l'affinité et la rentabilité.

Le 22^e Grand Prix des stratégies médias a pour vocation de récompenser la pertinence stratégique des dispositifs médias dans une stratégie de communication.

Ce Grand Prix souhaite consacrer des marques qui ont développé des stratégies inventives en s'appuyant sur une utilisation pertinente des médias, quels qu'ils soient. Il valorise le rôle des agences et des entreprises de conseil et souligne le poids déterminant de la fonction média dans les stratégies de communication.

Vous trouverez ci-joint un dossier de candidature qui vous permettra d'inscrire vos campagnes parues entre janvier 2021 et avril 2022.

Nous comptons sur votre participation et votre présence pour que cet événement soit le reflet de la valeur de la fonction médias.

L'équipe Grands Prix Stratégies

STRATÉGIES

LE CONTEXTE

22^e édition du Grand Prix des stratégies médias.

LES RAISONS D'ÊTRE

Récompenser la meilleure utilisation stratégique des médias : elle doit être innovante, exemplaire et efficace, saluer la performance média.

Valoriser le rôle des agences médias et des agences conseil et le poids déterminant de la fonction médias dans la stratégie de communication.

LE JURY

- Le jury se réunira en mai.
- Il est composé d'annonceurs et d'experts médias en agence et au sein de médias.
- Il désigne, en toute transparence, un Grand Prix et des Prix Or, Argent et Bronze par catégorie et éventuellement, des Prix spéciaux.
- Il peut décider librement de récompenser ou pas certaines catégories en fonction de la qualité des dossiers présentés.
- Il peut décider de reclasser un dossier, voire de créer une nouvelle catégorie.
- Il est rappelé que les membres du jury s'abstiennent de voter pour les campagnes réalisées par leur agence ou pour leur entreprise.

LES CRITÈRES DE NOTATION

Pour chaque dossier, le jury s'attachera à juger de la pertinence stratégique du dispositif (compte tenu du secteur). Seront pris en compte :

- la qualité de l'idée, de l'insight
- la qualité de l'implémentation média
- les résultats

LES PARTICIPANTS

- Les agences médias, en accord avec leurs clients
- Les agences de placement de produit, en accord avec leur client
- Les agences de publicité généralistes et interactives, en accord avec leurs clients
- Les directeurs de la communication, directeurs du marketing et directeurs des médias en entreprise
- Les supports, les régies, les sociétés de production et directions commerciales, en accord avec leurs clients

LES CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ

Vous pouvez présenter toutes les campagnes réalisées entre janvier 2021 et avril 2022.

Les campagnes présentées l'an dernier ne peuvent être représentées cette année.

DATE LIMITE DE REMISE DES DOSSIERS

Jeudi 7 avril 2022

Seuls les dossiers complets pourront être pris en compte.

En aucun cas une inscription ne pourra être annulée ou retirée de la compétition **après le 7 avril 2022**.

Attention, tout dossier inscrit après la date de clôture, en accord avec l'organisation, fera l'objet d'une majoration de ses tarifs de 200 €HT (cf page 4).

LA PROMOTION DES RÉSULTATS

Les résultats seront dévoilés en septembre 2022, lors d'une remise de Prix réunissant les professionnels de ce secteur. Lors de cette même soirée seront également présentés les Grands Prix Stratégies de la publicité et du craft & de la production. Cette cérémonie clôturera le 3^e Stratégies Festival qui se déroulera sur Paris les 20, 21 et 22 septembre prochain.

Le palmarès sera diffusé sur tous les supports Stratégies et dans son intégralité dans une newsletter spécifique et sur notre site strategies.fr/nos-evenements le 23 septembre.

Pour valoriser leur récompense, les lauréats des Prix et du Grand Prix bénéficieront du logo de leur distinction. Ce logo pourra être utilisé sur tous les supports de communication de la marque ou de l'agence (publicité, présentation agence, page dans des guides, plaquettes, salons, e-mailings, mails internes...)

LES DROITS D'INSCRIPTION ET FRAIS DE PARTICIPATION

Un droit d'inscription vous sera demandé ainsi que des frais de participation par réalisation présentée.

- Droit d'inscription : 1200 € HT (commun à toutes les catégories).
- Frais de participation : 800 € HT par réalisation

Les dossiers remis, avec l'accord du Service Grands Prix, après la date de clôture du 7 avril 2022 feront l'objet d'une majoration de 200 € HT. Seuls les dossiers complets (descriptifs et pièces jointes) pourront être pris en compte.

Le règlement de l'inscription doit être effectué au plus tard le 15 avril 2022 ; en cas de non-reception du règlement, l'organisation se réserve le droit de ne pas présenter le dossier à la réunion de jury.

Pour valider votre inscription vous devez éditer votre facture en ligne : inscriptiongrandprix.strategies.fr

RENSEIGNEMENTS

CONTACT INSCRIPTIONS

Cécile RUBBEN

E-mail : crubben@strategies.fr

Mav MAVOULA

E-mail : m.mavoula@strategies.fr / **Tél :** 01 84 76 26 36

CONTACT PARTENAIRES

Céline REINE

E-mail : creine@strategies.fr

L'INSCRIPTION ET L'ENVOI DES ÉLÉMENTS PHYSIQUES

Les inscriptions s'effectuent en ligne sur notre site dédié : grandprixstrategies.platformecandidature.com

Merci d'envoyer à l'adresse suivante les éventuels éléments physiques qui complètent votre inscription :

- documents papier : magazines, flyers, mailing, photos, etc. (en 5 exemplaires)
- objets : goodies, packaging, produit... (en 5 exemplaires)

GRAND PRIX STRATÉGIES DES STRATÉGIES MÉDIAS 2022

à l'attention de Cécile RUBBEN

Stratégies

4 bis rue de la Pyramide

92100 Boulogne Billancourt

Livraison des plis entre 10h et 17h

Important : Merci de nous prévenir par email de chaque envoi de dossier (et de son contenu) avant la date de clôture.

DESCRIPTIF DES CATÉGORIES

1 - MEILLEURE STRATEGIE MEDIA

1a - Stratégie intégrée

1b - Stratégie d'audience, de ciblage, de creative data

Utilisation de la data dans l'élaboration de sa stratégie de communication : campagnes data driven, campagnes dont les données sont utilisées afin de trouver la réponse la plus efficace et créative à une problématique de marque.

2 - MEILLEUR DEPLOIEMENT

Pour les catégories 2a à 2f, il s'agit de l'utilisation originale et créative d'un média dans le cadre d'une action spécifique. Pour les dossiers présentés dans cette catégorie, merci de concentrer votre stratégie mise en place, décrite dans votre descriptif, sur le seul et unique média choisi même si elle rentre dans le cadre d'une stratégie globale.

2a - Utilisation stratégique du média Presse

2b - Utilisation stratégique du média Radio

2c - Utilisation stratégique des médias Télévision, cinéma

2d - Utilisation stratégique du média Publicité extérieure

2e - Utilisation stratégique du média Digital, mobile

2f - Utilisation stratégique des Plateformes et réseaux sociaux

2g - Opérations de partenariats, de placements de produit, de mécénat

Utilisation d'opérations spéciales, de sponsoring, de partenariat, de placement de produit ou de mécénat comme support d'une stratégie de communication.

2h - Stratégie événementielle, expérientielle

Utilisation d'un événement, d'une expérience terrain en tant que support dans une stratégie de communication

2i - Dispositifs grandes causes, intérêt général

Campagnes, dispositifs, opérations menés pour une grande cause.

3 - MEILLEURE STRATEGIE DE CONTENU POUR LES MARQUES

Création de contenu sur mesure : brand content, divertissement

En fonction des dossiers reçus, une catégorie non citée pourra être ouverte

DOSSIER DE CANDIDATURE

Les inscriptions s'effectuent en ligne sur notre site dédié
grandprixstrategies.plateformecandidature.com



COMPOSITION DU DOSSIER EN LIGNE

Le **CHOIX DE LA CATÉGORIE** dans laquelle vous vous inscrivez : cf page 5

La **FICHE DE RENSEIGNEMENTS** :

Merci de la compléter avec précision, ces informations peuvent être reprises dans Stratégies, les adresses email nous servent à vous envoyer les invitations électroniques pour la cérémonie de remise des Prix.

Le **DESCRIPTIF DE VOTRE RÉALISATION** en 6 points :

- PROBLEMATIQUE – CONTEXTE CONCURRENTIEL
- OBJECTIFS DE LA STRATEGIE
- ELEMENT DE DIFFERENCIATION ET MOYENS MIS EN OEUVRE
- DATE DE MISE EN PLACE – DUREE DE LA REALISATION
- PLAN MEDIA

MÉDIA	NUMÉRO OU NOM DU VISUEL	NOM(S) DU OU DES SUPPORT(S)/ TITRE(S)
• Presse magazine		
• Presse quotidienne		
• Presse professionnelle		
• Publicité extérieure		
• Radio (indiquer la durée du spot)		
• Télévision (indiquer la durée du spot)		
• Cinéma (indiquer la durée du spot)		
• Digital		
• Vidéo pour le web (indiquer la durée du film)		
• Réseaux sociaux		

NOMBRE TOTAL DE : • visuels : • spots radio : • bannières : • case study :

• spots TV / Ciné ou films viraux : • campagnes de téléphonie mobile : • site (lien url) :

DATE DE LA 1^{ÈRE} PARUTION :

- BUDGET ET RÉSULTATS

Les **ÉLÉMENTS CRÉATIFS** : 500MB maximum par fichier

Pour plus de simplicité et de clarté, nous vous recommandons de nous adresser une présentation numérique de votre dossier. Il peut s'agir d'un film de 2 minutes maximum (case study) ou d'un PDF (10 pages maximum).

Formats acceptés :

- Visuels : Format .jpg / 10 visuels maximum par réalisation
- Liens : URL du site Internet ou Intranet
- Films : Format .mov ou .mp4 / 500MB maximum
- Audio : fichier .mp3

DOSSIER DE CANDIDATURE (SUITE)

Les CRÉDITS :

Les informations communiquées sont susceptibles d'être reprises sur un support Stratégies et ne pourront être modifiées par la suite. Si vous préférez, renvoyez-nous à crubben@strategies.fr la fiche « crédits rédaction » que vous trouverez p8 de ce dossier.

Le RÉSUMÉ de votre dispositif :

Un descriptif de celui-ci en 2 phrases et un visuel

Le RÈGLEMENT :

Votre règlement aux frais d'organisation du Grand Prix des stratégies médias 2022 doit suivre votre inscription. Nous ne pouvons prendre en considération les participations dont le règlement sera effectué après le 15 avril 2022. Le règlement et l'édition de votre facture s'effectue sur la plateforme : inscriptiongrandprix.strategies.fr

En aucun cas une inscription ne pourra être modifiée, annulée ou retirée de la compétition après la date de clôture, le 7 avril 2022.

Les modes de règlement suivants sont proposés :

Règlement par carte bancaire

Virement : Banque : SOCIÉTÉ GÉNÉRALE PARIS 16e

IBAN (International Bank Account Number) : FR76 3000 3033 8300 0201 0050 425

BIC : SOGEFRPP

Merci de préciser sur l'ordre de virement la référence **GPSM22**

ENVOI D'ÉLÉMENTS PHYSIQUES :

Votre dossier peut être complété par l'envoi des éléments suivants :

- Documents papier : magazines, flyers, mailing, photos, etc. (en 5 exemplaires)
- Objets : goodies, packaging, produit... (en 5 exemplaires)



COMPLÉMENT D'INFORMATIONS

Les vidéos (cas de présentation, films...) sont susceptibles d'être diffusées sur les supports Stratégies (blog, chaîne, site). Vous devez être propriétaire des droits de toute nature (musique, image, logo) et garantir Stratégies à cet effet.

Nous vous informons que des éléments supplémentaires seront susceptibles de vous être demandés pour la remise des Prix, à savoir :

- 4 visuels haute définition (format .eps en 300 dpi - 1920 x 1080 pixels)
- Un film de 30 secondes maximum (format .mov non compressé - 1920 x 1080 pixels minimum)

Stratégies décline toute responsabilité en cas de vol ou détérioration des éléments présentés.

Tous les éléments de participation non réclamés avant le vendredi 8 juillet 2022 ne seront pas conservés.

SPÉCIFICITÉS TECHNIQUES : 500MB maximum

	Vidéo Aspect Ratio	Résolution	Format / Codec	Audio
Recommandé	Full HD 1080px	1920px x 1080px	.mov/H.264	AAC / Stéréo / 48kHz
	HD 720px	1280px x 720px		
Accepté	4:3 ou 16:9	1024px x 576px	.mp4/ H.264	AAC / Stéréo / 48kHz
		720px x 576px		
		854px x 480px		
		640px x 480px		

CRÉDIT RÉDACTION

Vous pouvez compléter directement cette fiche sur la plateforme d'inscription pour chaque réalisation présentée ou nous la transmettre sous format Word par email (crubben@strategies.fr)

Les informations communiquées dans celle-ci sont susceptibles d'être reprises sur un support Stratégies et **ne pourront être modifiées par la suite.**

Nom de la réalisation : _____

Annonceur : _____

Responsable annonceur : _____

Agence média : _____

Responsable agence média : _____

Agence : _____

Responsable agence : _____

Directeur de la création : _____

Régie : _____

Responsable régie : _____

Dates de sortie de la réalisation : _____

Secteur d'activité du projet : _____

Informations à éditer sur votre éventuel diplôme (ARGENT - BRONZE) ou trophée (OR) :

- Nom de l'annonceur ou de la marque : _____
- Nom de l'agence, régie ou prestataire : _____
- Nom de la réalisation : _____

DEMANDE DE PARTICIPATION

Les informations présentes sur cette fiche sont à renseigner sur la plateforme de facturation : inscriptiongrandprix.strategies.fr

GRAND PRIX DES STRATÉGIE MÉDIAS 2022

SOCIÉTÉ (à facturer) : _____

N° de SIRET : _____

Adresse : _____

Responsable de l'envoi des éléments : _____

Fonction : _____

Téléphone : _____

E-mail : _____

Secteur d'activité : _____

• DROIT D'INSCRIPTION (commun à toutes les catégories)	1 x 1200 € =	1200 € HT
• FRAIS DE PARTICIPATION		+
	Par campagne ____ x 800 € =	_____ € HT
		+
Attention, pour tout dossier rendu (en accord avec l'organisation) après la date de clôture du 7 avril 2022, une majoration des frais de participation sera exigée.		
Majoration par réalisation	_____ réalisation(s) x 200 € =	_____ € HT
	Total HT =	_____ €
	TVA 20% =	_____ €
	Total TTC =	_____ €

Nous ne pourrions prendre en considération les participations dont le règlement sera effectué après le 15 avril 2022.

En aucun cas une inscription ne pourra être annulée ou retirée de la compétition après la date de clôture, le **7 avril 2022**.

Les modes de règlement suivants sont proposés :

Règlement par carte bancaire

Virement :

Banque : SOCIÉTÉ GÉNÉRALE PARIS 16e

IBAN (International Bank Account Number) : FR76 3000 3033 8300 0201 0050 425

BIC : SOGEFRPP

Merci de préciser sur l'ordre de virement la référence **GPSM22**

STRATÉGIES



GRAND PRIX STRATÉGIES DES STRATÉGIES MÉDIAS 2022

STRATÉGIE INTÉGRÉE | STRATÉGIE D'AUDIENCE, DE CIBLAGE,
DE CREATIVE DATA | MÉDIA PRESSE | MÉDIA RADIO |
MÉDIAS TÉLÉVISION, CINÉMA | MÉDIA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE |
MÉDIAS DIGITAL, MOBILE | PLATEFORMES ET RÉSEAUX SOCIAUX |
OPÉRATIONS DE PARTENARIAT, DE PLACEMENT DE PRODUIT, DE MÉCÉNAT |
STRATÉGIE ÉVÉNEMENTIELLE, EXPÉRIENTIELLE |
DISPOSITIFS GRANDES CAUSES, INTÉRÊT GÉNÉRAL |
MEILLEURE STRATÉGIE DE CONTENU POUR LES MARQUES |

PRÉSENTEZ VOS STRATÉGIES MÉDIAS ET HORS MÉDIAS LES PLUS PERTINENT(ES)
ET NOVATR(IC)ES AVANT LE **7 AVRIL 2022**

CONTACT INSCRIPTIONS : **CÉCILE RUBBEN** / CRUBBEN@STRATEGIES.FR

CONTACT PARTENARIATS : **CÉLINE REINE** / CREINE@STRATEGIES.FR

EN PARTENARIAT AVEC :

JCDecaux



AVEC LE SOUTIEN DE :

