



DOSSIER D'INSCRIPTION 2017

La première qualité de la communication c'est l'efficacité

Plus de 46 milliards d'euros sont investis en France par les entreprises dans leur communication et celle de leurs produits. Pour les annonceurs et leurs agences, communiquer doit avant tout être une action efficace : se faire connaître, valoriser son image, créer du trafic, vendre, développer des parts de marché, autant d'objectifs assignés à la communication par les entreprises.





Créé en 1994, le prix Effie France est le seul prix qui récompense les annonceurs et leurs agences sur la base de l'efficacité mesurée et prouvée de leur campagne de communication. Il est l'occasion unique de faire valoir le rôle primordial de la communication dans le succès des entreprises.

Décernés par un jury de professionnels, les prix Effie sont attribués sur la base de l'évaluation objective d'un dossier présenté par les annonceurs ou leurs agences.










La communication efficace pour tous les annonceurs

Deux catégories (« Petits budgets et opérations spéciales » et « Annonceurs PME-PMI ») sont tout particulièrement destinées à permettre **aux actions à budget limité** de démontrer leur efficacité. Toutes les campagnes, dès lors qu'elles sont efficaces ont désormais leur chance et... leur place au palmarès Effie !

Mettez toutes les chances de votre côté !

-  Respectez bien les consignes récapitulées en page 8 du présent dossier.
-  Participez à la formation du **13 avril** destinée à vous accompagner dans l'élaboration de votre dossier de candidature (*complète*)
-  Découvrez les clés du succès des lauréats des années passées (Oui, la communication est efficace, aux éditions Kawa, collection "Tout savoir sur...") <https://www.editions-kawa.com/home/63-tout-savoir-sur-oui-la-communication-est-efficace-.html>
-  Consultez le site www.effie.fr

Sommaire

 Composition et fonctionnement du jury.....	page 3
 Droits d'inscription 2017	page 4
 Règlement.....	page 5
 Votre dossier de candidature.....	page 6
 Les catégories	page 8
 Fiche d'inscription.....	page 9
 Fiche d'identification.....	page 10
 Moyens utilisés pour votre campagne.....	page 12
 En résumé ce qu'il faut envoyer pour ne rien oublier.....	Page 13

Composition et fonctionnement du jury

Composition :

Le jury, présidé par un professionnel du marketing et de la communication, est constitué de 20 représentants, répartis en 4 collèges de 5 membres : annonceurs, agences, médias et marketing.

Fonctionnement :

Les membres du jury examinent les dossiers en tenant compte de la pertinence de l'information délivrée, de la logique et de la rigueur de la démonstration.

La sélection s'opère en deux étapes :

Première étape (début juillet) :

Sous la responsabilité du président du jury, le collège « marketing » ainsi que des représentants des organisateurs et les lauréats de l'année précédente, établissent la liste des finalistes sur la base d'une lecture du dossier de présentation de la campagne.

Deuxième étape (début septembre) :

Le jury note les dossiers présélectionnés à la première étape et établit le palmarès de l'année. Le grand prix est issu des prix par catégorie.

 **Les résultats sont strictement confidentiels jusqu'à la date de remise des prix** (lundi 27 novembre).

Droits d'inscription 2017

Ne seront pris en considération que les dossiers obligatoirement signés par un représentant de l'annonceur et, le cas échéant, par l'agence. Ils seront accompagnés du règlement des droits d'inscription, dont le montant par dossier est fixé chaque année (article 5 du règlement).

Un annonceur ou une agence peut déposer plusieurs dossiers différents dans plusieurs catégories, les droits d'inscription 2017 ont été fixés selon le barème suivant :

Montant des droits d'inscription pour 1 dossier complet réceptionné		PU en € HT	TVA 20 %	en € TTC
1 ou 2 dossier(s) en compétition envoyés	Avant vendredi 12 mai 2017	885,00	177,00	1 062,00
	entre le 15 et 19 mai 2017	1 060,00	212,00	1 272,00
	entre le 22 et 31 mai 2017	1 200,00	240,00	1 440,00
De 3 à 5 dossiers en compétition envoyés	Avant vendredi 12 mai 2017	840,00	168,00	1 008,00
	entre le 15 et 19 mai 2017	1 000,00	200,00	1 200,00
	entre le 22 et 31 mai 2017	1 130,00	226,00	1 356,00
Au moins 6 dossiers en compétition envoyés	Avant vendredi 12 mai 2017	795,00	159,00	954,00
	entre le 15 et 19 mai 2017	950,00	190,00	1 140,00
	entre le 22 et 31 mai 2017	1 070,00	214,00	1 284,00

NOUVEAU ! Une campagne peut être inscrite dans 2 catégories sectorielles. Dans ce cas, les frais pour la seconde catégorie sont de **420 € HT** par dossier.

Plus le dossier permettra au jury de disposer d'une vision complète du dispositif de communication, plus ses chances de succès seront augmentées. L'élaboration, le dépôt et les frais d'inscription d'un dossier peuvent donc être partagés (entre l'annonceur et une ou plusieurs agences, entre une agence de création et une agence médias...).

Règlement

Article 1 : OBJET DU PRIX

Le prix Effie a pour objet de distinguer chaque année les campagnes et actions de communication qui ont su prouver leur efficacité.

Article 2 : JURY

Les distinctions sont attribuées par un jury constitué, à l'initiative des organisateurs, de représentants des annonceurs, des agences, de représentants des médias et de personnalités qualifiées en matière de marketing et de communication. Les décisions du jury sont sans appel.

Article 3 : ADMISSION A LA COMPETITION

Est admise à concourir toute campagne ou action de communication quel(s) que soi(en)t le(s) mode(s), discipline(s) ou moyen(s) de communication utilisé(s) (publicité générale, promotion des ventes, marketing direct...).

Un annonceur ou une agence peut déposer plusieurs dossiers dans plusieurs catégories.

Article 4 : DATE DE VALIDITE

Sont valablement admises à concourir les campagnes ou actions de communication dont la réalisation et l'exploitation ont cessé depuis moins de 18 mois ou sont encore en cours.

Une même campagne ne pourra être admise à concourir au prix Effie qu'une seule fois.

Article 5 : DOSSIER DE CANDIDATURE

Pour être valablement admis à concourir, chaque participant devra, avant une date limite fixée chaque année, faire parvenir aux organisateurs un dossier de candidature comportant une fiche d'inscription et un dossier de présentation pour chaque campagne.

Ne seront pris en considération que les fiches d'inscription signées et accompagnées d'un droit d'inscription dont le montant, par dossier, est fixé chaque année.

Article 6 : CATEGORIES

Pour concourir au prix Effie, toute campagne ou action de communication doit être inscrite dans **une ou plusieurs** catégories suivantes :

A/Alimentation

B/Boissons

C/ Entretien et produit de grande consommation non alimentaire

D/ Biens durables : équipement de la maison, électronique grand public, énergie

E/Automobile

F/Distribution et restauration

G/ Mode, accessoires, luxe

H/ Hygiène, beauté, santé

I/ Communication corporate et B to B

J/ Services : banque, assurance, téléphonie

K/ Communication publique & d'intérêt général

L/ ONG

M/ Culture et loisirs : médias, jeux, produits culturels, tourisme

N/ Petits budgets et opérations spéciales

O/ Annonceurs PME-PMI

Le choix de la ou les catégories sont de la responsabilité du postulant. Aucun cas ne sera déplacé par le jury.

Chaque campagne peut être inscrite dans 2 catégories. Dans ce cas, elle devra fournir 2 dossiers complets et distincts.

Le jury établit son palmarès en tenant compte des dossiers concourant dans une même catégorie. Le jury se réserve, en outre, la possibilité de décerner un prix spécial. Enfin, le jury désigne, toutes catégories confondues, un lauréat du Grand prix Effie.

Les organisateurs se réservent le droit de fusionner deux ou plusieurs catégories avant envoi des dossiers au jury expert.

Article 7 : DISQUALIFICATION

Toute violation des règles du présent règlement, notamment celles relatives aux conditions d'admission à la compétition et au contenu des dossiers remis par les participants est susceptible d'entraîner la disqualification de la campagne en cause. Les motifs ayant conduit à la disqualification de la campagne seront indiqués au participant.

Article 8 : DEVOIRS RECIPROQUES

Toute personne participant à l'organisation du prix Effie, qu'il s'agisse des collaborateurs de l'AACC ou de l'UDA ou de membres du jury, est tenue, vis-à-vis de quiconque, à une absolue confidentialité sur toute information contenue dans les dossiers dont elle aurait eu connaissance.

Les candidats garantissent l'exactitude des renseignements qu'ils produisent et qu'ils devront éventuellement justifier à la demande du jury.

Les supports matériels remis par les participants dans le cadre de leur candidature (CD, DVD, clé USB, impressions papier...) deviennent la propriété de l'Association pour l'Efficacité de la Communication et ne seront pas remis aux participants.

Du simple fait de sa participation, le candidat autorise l'Association pour l'Efficacité de la Communication et Effie Worldwide à reproduire et publier gracieusement son cas (film, visuels, résumé, y compris les éléments chiffrés qui le composent) à des fins éducatives et/ou de communication non commerciale tels que, de façon non exhaustive, leurs sites Internet (<http://www.effie.fr> notamment), leurs publications et newsletters, les conférences et programmes qu'ils organisent ainsi que les galas de remise de prix. La participation au prix Effie emporte également, de la part du candidat, acceptation de voir son dossier (y compris les annexes) exploité dans le cadre de travaux universitaires.

Article 9 : USAGE

Les lauréats sont autorisés à se prévaloir librement du prix Effie qui a été attribué à l'une de leurs campagnes. Toutefois, ils ne peuvent faire aucun usage commercial ou publicitaire de cette distinction en dehors de mentions approuvées par les organisateurs.

Article 10 : ACCEPTATION DU REGLEMENT

La participation au prix Effie implique l'acceptation pleine et entière du présent règlement et des décisions souveraines que prendraient le jury ou les organisateurs pour son application.

Article 11 : PHOTOGRAPHIES DES PARTICIPANTS

Du simple fait de leur participation et/ou inscription au Prix Effie, les participants et/ou inscrits autorisent l'AACC et l'UDA à reproduire gracieusement, uniquement à des fins de communication non commerciale, les photographies sur lesquelles ils figurent sur le site Internet du Prix Effie (<http://www.effie.fr>).

Vous souhaitez inscrire une campagne ?

VOTRE DOSSIER DE CANDIDATURE

1/ Imprimer et remplir la fiche d'inscription (1 par souscripteur) et autant de **fiches d'identification** que de campagnes présentées.

Les retourner accompagnées du règlement des frais d'inscription ET du cas par virement ou par chèque à **l'ordre d'EFFIE, par courrier** à EFFIE, Isabelle Guillotin, c/o AACC 40 boulevard Malesherbes, 75008 Paris.



2/ Créer une présentation sur PowerPoint par campagne, seul le pdf est à envoyer. Ce dossier devra être argumenté, **avec des chiffres sourcés, les périodes de référence précisées**. Mettre les créations à part.

Préciser l'intitulé de la campagne, de l'annonceur, de l'agence-conseil, de agence médias et le cas échéant de l'agence spécialisée. **L'ensemble du dossier, visuels et annexes compris, ne peut dépasser un poids total de 80 Mo** (visuels au format JPEG, films au format QuickTime **en basse déf impérativement**, radio au format MP3).

Votre dossier complet doit être envoyé sur CD, DVD, clé USB, we transfer avant la date limite de réception des dossiers.

Joindre une impression papier de votre présentation (2 slides par page, agrafé).

Les dossiers doivent être **obligatoirement** accompagnés :

-  d'une **synthèse en 90 mots sur un doc word mis à part**, présentant les objectifs de la campagne et démontrant son efficacité
-  un **tableau récapitulant les objectifs fixés et les résultats** à la fin de chaque présentation

La première date de réception des dossiers est fixée au

Vendredi 12 mai 2017

Attention : les dossiers reçus entre le 15 et le 31 mai subiront une majoration (voir barème page 4).

Aucun dossier ne pourra être accepté au-delà du 31 mai 2017.

Les résultats demeurent confidentiels et ne seront connus que le jour de la soirée de remise des prix.

Pour information :

Les campagnes sélectionnées pourront faire l'objet, à l'issue de la pré-sélection, d'une demande d'éléments complémentaires afin d'étayer le dossier, il est conseillé de joindre un maximum de chiffres dès l'envoi du dossier (notamment les investissements publicitaires).

Pour tout renseignement :

Isabelle Guillotin | AACC | iguillotin@aacc.fr | 01 47 42 13 42

Anne Langer | UDA | alanger@uda.fr | 01 45 00 79 10

LE DOSSIER DE PRESENTATION

Votre dossier de candidature, présenté au format PowerPoint, devra apporter au jury une vision complète de **l'ensemble du dispositif de communication développé**, mais surtout mettre en évidence les **preuves d'efficacité** qui lui sont **directement attribuables**.

Il sera constitué de quatre parties distinctes selon le plan ci-dessous :

1- Contexte du produit, problématique et objectifs marketing

L'évolution du produit, le marché, la situation concurrentielle, la politique marketing.

2- Objectifs généraux de la communication et objectifs de la campagne

Si possible en détaillant par outils (publicité, marketing direct, promotion...) et par cible. Objectifs propres de la campagne candidate (commerciaux, notoriété, image...) à partir desquels est évaluée l'efficacité.

3- Choix stratégiques et mise en œuvre de la campagne

Cible, choix créatifs, descriptifs précis des moyens utilisés (et notamment : **budget brut**, plan médias, performances, part de voix, calendrier).

4- Résultats de la campagne par rapport aux objectifs fixés

Une campagne, pour être primée, doit pouvoir justifier de **résultats significatifs obtenus** par rapport aux objectifs fixés et attribuables en tout ou partie aux actions de communication. Les résultats détaillés et argumentés (éventuellement sous forme d'indices) peuvent être qualitatifs et/ou quantitatifs, ils concernent chacun des objectifs de la campagne. **Tous les éléments chiffrés seront précisément sourcés, les périodes de référence seront clairement indiquées.**

Très important : joindre les éléments quantitatifs et indiquer la source.

Il est possible d'y insérer des annexes susceptibles d'étayer votre démonstration : tableaux, courbes, schémas ainsi qu'un rappel des principaux éléments créatifs.

Le critère essentiel de sélection : disposer d'indices permettant de relier les résultats obtenus à l'exposition de la campagne présentée. Communiquer les sources et les référentiels des résultats et en particulier les dates précises des évolutions présentées et les dates de diffusion des campagnes.

Les candidats sont invités à retenir **la ou les** catégories qui correspondent au secteur d'activité du produit ou service annonceur. Le jury établit son palmarès en tenant compte des dossiers concourant dans une même catégorie.

Les catégories :

- A/** Alimentation
- B/** Boissons
- C/** Entretien et produit de grande consommation non alimentaire
- D/** Biens durables : équipement de la maison, électronique grand public, énergie
- E/** Automobile
- F/** Distribution et restauration
- G/** Mode, accessoires, luxe
- H/** Hygiène, beauté, santé
- I/** Communication corporate et B to B
- J/** Services : banque, assurance, téléphonie, etc...
- K/** Communication publique & d'intérêt général
- L/** **Organisations non gouvernementales/ONG (nouvelle catégorie)**
- M/** Culture & loisirs : médias, jeux, produits culturels, tourisme
- N/** Petits budgets & opérations spéciales*
- O/** Annonceurs PME-PMI **

* La catégorie « **petits budgets & opérations spéciales** » s'adresse aux campagnes de communication d'un montant global inférieur à **300 000 €** (frais techniques inclus, achats nets) et/ou au moins inférieur de 50% au budget moyen du secteur de référence. Le cas échéant, il appartient au candidat d'apporter les éléments qui permettent d'attester que cette dernière condition est remplie.

** La catégorie « **annonceurs PME-PMI** » s'adresse aux annonceurs dont le budget annuel médias/hors médias est inférieur à **500 000 €** (frais techniques inclus, achats nets).

**Le choix de la catégorie est de la responsabilité du postulant.
Aucun cas ne sera déplacé par les jurés.**

FICHE D'INSCRIPTION

Agence/Société/Organisme (à facturer) :

Responsable de l'envoi du dossier :

Fonction :

Adresse :

CP - Ville :

Téléphone :

E-mail :

Je dépose :

dossier(s) dont

en double catégorie

Ps : voir tarifs en page 4



AU POIDS DE VOTRE DOSSIER

Ci-joint le règlement des droits d'inscription à **l'ordre d'EFFIE**.

Une facture vous sera adressée ultérieurement.

Domiciliation bancaire sur demande pour les virements.

Numéro de TVA intracommunautaire : FR11450666300

Siret : 450 666 300 000 14

Soit TOTALHT Euros

TVA 20%Euros

TOTAL TTCEuros

A

le

2017

Signature

FICHE D'IDENTIFICATION DE LA CAMPAGNE

(une fiche par campagne)

Nom de la campagne :

Nom du produit :

Nom de la catégorie Effie (voir page 9) :

Merci de compléter la fiche scrupuleusement afin de renseigner l'Effie Index International

NOM DE L'ANNONCEUR :

NETWORK ANNONCEUR :

HOLDING :

WEBSITE ANNONCEUR :

Nom du responsable de la campagne :

Titre :

E-mail :

Code postal - Ville :

Téléphone :

Nom du responsable de la campagne :

Titre :

E-mail :

NOM DE L'AGENCE :

NETWORK :

HOLDING :

WEBSITE AGENCE :

Nom du responsable de la campagne :

Titre :

E-mail :

Code postal - Ville :

Téléphone :

Nom du responsable de la campagne :

Titre :

E-mail :

NOM DE L'AGENCE MEDIAS :

NETWORK :

HOLDING :

WEBSITE AGENCE :

Nom du responsable de la campagne :

Titre :

E-mail :

Code postal - Ville :

NOM DE L'AGENCE SPECIALISEE 1 :
Nom du responsable de la campagne :
Titre :
E-mail :
Code postal - Ville :
Téléphone :

NOM DE L'AGENCE SPECIALISEE 2 :
Nom du responsable de la campagne :
Titre :
E-mail :
Code postal - Ville :
Téléphone :

NOM DE L'AGENCE SPECIALISEE 3 :
Nom du responsable de la campagne :
Titre :
E-mail :
Code postal - Ville :
Téléphone :

Nous soussignés déclarons faire acte de candidature pour la campagne objet de ce dossier et avoir pris pleine et entière connaissance du règlement de l'épreuve.

Signature de l'annonceur

Signature de l'agence

Si vous n'avez pas la signature de l'annonceur lors de votre envoi, pas de souci, cependant pensez à lui faire signer dans les 2 mois qui suivent et à renvoyer la fiche signée par mail à iguillotin@aacc.fr

Nom de la campagne :

Nom de la catégorie (voir page 8) :

Nom de l'annonceur :

Nom de l'agence :

Merci de lister de manière exhaustive tous les **moyens utilisés pour votre campagne**, veuillez cocher la/les cases correspondantes :

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| Affichage | <input type="checkbox"/> |
| Catalogue | <input type="checkbox"/> |
| Cinéma | <input type="checkbox"/> |
| E-mailing | <input type="checkbox"/> |
| Internet | <input type="checkbox"/> |
| Jeux vidéos | <input type="checkbox"/> |
| Magazine | <input type="checkbox"/> |
| Marketing direct | <input type="checkbox"/> |
| Marketing mobile | <input type="checkbox"/> |
| On-pack | <input type="checkbox"/> |
| Points de vente | <input type="checkbox"/> |
| Presse magazine | <input type="checkbox"/> |
| PQN | <input type="checkbox"/> |
| PQR | <input type="checkbox"/> |
| Radio | <input type="checkbox"/> |
| Relations presse | <input type="checkbox"/> |
| Télévision | <input type="checkbox"/> |
| Autres moyens (à détailler) | <input type="checkbox"/> |

Matériel envoyé :










Visuels (préciser le nombre) :

Films (préciser le nombre et la durée) :

Radio (préciser le nombre et la durée) :

Autres (à préciser) :

En résumé :

-  **1 fiche d'inscription, pour l'ensemble des campagnes inscrites**
-  **1 fiche d'identification, par campagne inscrite, signée par l'annonceur et son agence**
-  **1 fiche moyens par cas**
-  **Votre règlement**
-  **Le PDF de votre présentation ppt (sans le ppt) imprimé 2 diapos/page**
-  **1 exemplaire papier de la présentation (agrafé, 2 diapos par page)**
-  **La synthèse 90 mots**
-  **Les créations**
-  **Vérifiez le poids du dossier complet (max 100 Mo)**

Et envoyez le tout sur clé USB/CD/DVD ou WE TRANSFER à iguillotin@aacc.fr

Votre dossier complet doit être envoyé à :

Isabelle Guillotin

EFFIE c/o AACC

40 bd Malesherbes 75008 Paris

par courrier

ou

par coursier entre 8h30 et 18h00 (pas de code porte)

escalier A (à gauche), 3^{ème} étage