

CRITERES D'ADMISSION



CRITÈRES D'ADMISSION

- 👉 Votre campagne doit avoir été diffusée en France entre janvier 2024 et mai 2025 (sauf pour la catégorie « Efficacité dans la durée » qui fait l'objet d'un formulaire particulier).
- 👉 Il est possible d'inclure des données antérieures à la période d'admission.
- 👉 Il est également possible que la campagne ait démarré avant la période d'admission et se poursuive après cette même période. Votre campagne doit avoir été diffusée pendant la période d'admission, et les résultats évalués par les jurés doivent concerner cette même période d'admission.

CONDITIONS REQUISES

- 👉 **Communiquez les sources et les référentiels des résultats** (important) et en particulier les dates précises des évolutions présentées et les dates de diffusion des campagnes. **Ces sources doivent être vérifiables**. Les données sans source ne seront pas prises en compte par les jurés.
- 👉 Votre formulaire d'inscription doit respecter les limites de mots et de pages. Vous devez répondre à toutes les questions.
- 👉 Les tableaux et les graphiques seront insérés en tant qu'images et ne seront donc pas compris dans le comptage mots.

RECOMMANDATIONS POUR L'INSCRIPTION

- 👉 Le commentaire le plus fréquent des jurés concerne les candidats qui ne fournissent pas suffisamment de contexte pour chaque partie, et dont le récit tout au long du formulaire n'est pas cohérent. N'oubliez pas que les jurés ne connaissent peut-être pas votre marque ou les subtilités de votre catégorie sectorielle. **Le contexte est indispensable pour cerner votre activité et expliquer vos résultats.**
- 👉 Soyez clair, concis et honnête. **Les dossiers les plus courts et les mieux rédigés** sont en général ceux qui se distinguent des autres. Limitez le jargon. Développez tous les acronymes.
- 👉 A noter : 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 remises 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.
- 👉 Vous trouverez des conseils pour renforcer l'efficacité de votre inscription dans le document **Recommandations du jury**
- 👉 Pour être recevable, votre dossier d'inscription doit absolument respecter les rubriques et formats demandés.
- 👉 **Un bon dossier est un dossier préparé par l'agence de communication, l'agence médias et l'annonceur.**

21 CATEGORIES dont 2 nouvelles



Les candidats sont invités à retenir **la** catégorie qui correspond au secteur d'activité du produit ou service annonceur. Le jury établit son palmarès en tenant compte des dossiers concourant dans une même catégorie. Il est possible de doubler le dossier de candidature : catégorie **sectorielle** plus catégorie **non sectorielle**.

Catégories sectorielles :

- A/** Alimentation
- B/** Boissons
- C/** Grande consommation non alimentaire
- D/** Biens durables : équipement de la maison, électronique grand public, énergie
- E/** Mobilités
- F/** Distribution et restauration
- G/** Mode et accessoires
- H/** Beauté, santé, bien-être
- I/** Services : banque, assurance
- J/** Autres services
- K/** Communication publique
- L/** ONG (Organisations Non Gouvernementales)
- M/** Culture & loisirs : médias, jeux, produits culturels, tourisme
- N/** Soins des animaux (*nouvelle catégorie*)

Catégories non sectorielles :

- O/** Communication corporate et B to B
- P/** Pure players
- Q/** Responsabilité/changement positif (hors ONG et communication publique) : campagnes de communication à même de mettre en évidence leur contribution à un changement positif dans la société ou vis-à-vis de l'environnement, que ce soit au travers des messages et/ou des dispositifs eux-mêmes
- R/** Petits budgets & opérations spéciales*
- S/** Efficacité dans la durée **
- T/** Événements saisonniers (*nouvelle catégorie*) : Cette catégorie récompense les actions ayant efficacement capitalisé sur un événement culturel, une saison, une fête pour générer des résultats pour leur entreprise. Elle inclut également les actions ayant su exploiter efficacement la pertinence, l'intérêt ou l'importance immédiate d'une campagne grâce à une stratégie marketing/RP ciblée autour d'événements d'actualité (par exemple Jeux Olympiques, Coupe du Monde, élections, économie etc...).

* 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.

** Cette catégorie « **Efficacité dans la durée** » fait l'objet d'un formulaire particulier. Sont admissibles les campagnes qui ont connu une efficacité dans la durée, soit **plus de trois ans**. Le travail créatif et les résultats doivent **au moins dater du 1^{er} janvier 2022**, et vous devez inclure les résultats de l'année en cours. Les campagnes doivent avoir un objectif commun en matière de stratégie et d'exécution créative, avec une continuité dans les éléments d'exécution centraux (interlocuteur, chanson, thème, slogan, etc.) qui montre son efficacité dans le temps. Répondez à toutes les questions pour la première année et décrivez comment/pourquoi le changement est intervenu par la suite. Pour postuler, vous devez être en mesure de fournir des données sur les trois premières années (2022-2024) et éventuellement sur l'année de compétition en cours.

Le choix de la catégorie est de la responsabilité du postulant cependant le jury se réserve la possibilité de réaffecter un dossier à une catégorie différente de celle initialement choisie par le candidat.

FRAIS D'INSCRIPTION



INSCRIPTION DES CAMPAGNES :

Montant des droits d'inscription <u>par dossier complet réceptionné</u>		Tarif adhérent AACC ou Union des marques (hors taxes)	Tarif non adhérent (hors taxes)
1 à 3 dossier(s)	early bird : avant le 30 avril	1 150,00 €	1 265,00 €
	1-21 mai	1 470,00 €	1 617,00 €
	22-31 mai	1 810,00 €	1 991,00 €
	ultra rush : 01-06 juin	2 180,00 €	2 398,00 €
4 à 6 dossiers	early bird : avant le 30 avril	1 100,00 €	1 210,00 €
	1-21 mai	1 400,00 €	1 540,00 €
	22-31 mai	1 730,00 €	1 903,00 €
	ultra rush : 01-06 juin	2 100,00 €	2 310,00 €
7 dossiers et plus	early bird : avant le 30 avril	1 000,00 €	1 100,00 €
	1-21 mai	1 270,00 €	1 397,00 €
	22-31 mai	1 570,00 €	1 727,00 €
	ultra rush : 01-06 juin	1 890,00 €	2 079,00 €
si dossier en double catégorie * voir article 6 du règlement		800,00 €	880,00 €

Virement :

BNP Paribas Saint Augustin
 IBAN : FR76 3000 4007 6000 0273 1736 992
 BIC : BNPAFRPPPE.

Règlement par chèque : à l'ordre de EFFIE

Une facture vous sera adressée ultérieurement.

REGLEMENT



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, des médias et de personnalités qualifiées en matière de marketing et de communication. Les décisions du jury sont sans appel.

Article 3 – admission à la compétition

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...).

Article 4 – date de validité

Sont valablement admises à concourir les campagnes ou actions de communication dont la réalisation et l'exploitation a été/est effectuée depuis moins de 18 mois. 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, une fiche d'identification, le formulaire d'inscription et le matériel créatif 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 - catégories

Pour concourir au prix Effie, toute campagne ou action de communication doit être inscrite dans **l'une** des catégories ci-dessous. Il n'est pas possible d'inscrire un cas dans 2 voire 3 catégories sectorielles, en revanche il est possible d'inscrire un cas dans une catégorie sectorielle et une catégorie non sectorielle.

Catégories sectorielles :

- A/** Alimentation
- B/** Boissons
- C/** Grande consommation non alimentaire
- D/** Biens durables : équipement de la maison, électronique grand public, énergie
- E/** Mobilités
- F/** Distribution et restauration
- G/** Mode et accessoires
- H/** Beauté, santé, bien-être
- I/** Services : banque, assurance
- J/** Autres services
- K/** Communication publique
- L/** ONG
- M/** Culture & loisirs : médias, jeux, produits culturels, tourisme
- N/** Soins des animaux (*nouvelle catégorie*)

Catégories non sectorielles :

- O/** Communication corporate et B to B
- P/** Pure players
- Q/** Responsabilité/changement positif (hors ONG et communication publique)
- R/** Petits budgets & opérations spéciales*
- S/** Efficacité dans la durée **
- T/** Événements saisonniers (*nouvelle catégorie*)

Les organisateurs se réservent le droit de fusionner deux ou plusieurs catégories avant envoi des dossiers au jury expert. Le choix de la catégorie est de la responsabilité du postulant cependant le jury se réserve la possibilité de réaffecter un dossier à une catégorie différente de celle initialement choisie par le candidat.

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.

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 réciproques

Toute personne participant à l'organisation du prix Effie, qu'il s'agisse des collaborateurs de l'AACC ou de l'Union des marques 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 dossiers envoyés par les participants dans le cadre de leur candidature deviennent la propriété d'Effie. Du simple fait de sa participation, le candidat autorise Effie France 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, sur leurs sites Internet (<http://www.effie.fr> notamment), leurs publications et newsletters, les conférences et programmes qu'ils organisent ainsi que les remises 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. Effie promeut l'efficacité en marketing et met en lumière les idées qui fonctionnent. Afin de remplir sa mission pédagogique pour l'ensemble du secteur du marketing et de la communication, Effie compte sur la volonté des participants de partager leurs études de cas figurant au palmarès. L'autorisation de publication s'applique au cas écrit. Les matériaux créatifs seront publiés si la campagne est gagnante.

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 règlement

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'Union des marques 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>).

Article 12 – trophées

Les trophées sont à la charge des lauréats sur commande.

Article 13 – RGPD

Les données recueillies dans le cadre de l'évènement sont nécessaires à son organisation (inscription, diffusion d'informations, étude des cas, remise des prix, etc.). Elles font l'objet d'un traitement informatique de la part de l'AACC et de ses sous-traitants informatiques. Les noms des participants et des membres du jury pourront être diffusés au public lors de l'évènement. En application de la loi du 6 janvier 1978 modifiée, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition, ainsi qu'un droit à la portabilité de vos données personnelles fournies à l'AACC. Si vous souhaitez exercer ces droits, veuillez vous adresser à votre contact AACC pour cet évènement. Les données personnelles fournies dans le cadre de la participation à l'évènement seront conservées pendant une durée de 5 ans suivant l'évènement.