

# STRATÉGIES

## GRAND PRIX DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION 2016

### GRAND PRIX STRATÉGIES DES Relations Publics

MARQUES / AGENCES :  
présentez vos meilleures opérations  
de Relations Presse / Relations Publics

>> Date limite de remise  
de vos dossiers :  
**le 8 avril 2016**

#### CONTACT

Negar MOSHREFI  
Tél. : 01 78 16 31 09  
E-mail : [nmoshrefi@strategies.fr](mailto:nmoshrefi@strategies.fr)

Avec le soutien de



# GRAND PRIX STRATÉGIES DES RELATIONS PUBLICS 2016

Boulogne-Billancourt, le 22 février 2016

Madame, Monsieur,

À l'heure où les canaux d'information se multiplient, les entreprises ont besoin de communiquer auprès de leurs différents publics (investisseurs, clients, institutionnels, pouvoirs publics, médias, bloggeurs, grand public et public interne) en garantissant une cohérence et une conformité des informations sur le plan économique, social et politique.

Au cœur de ce système d'information globalisé et complexe, les professionnels des Relations Publics ont plus que jamais un rôle primordial à jouer car ils savent concevoir et gérer des stratégies de communication efficaces, du conseil en influence à la production de contenu et d'outils jusqu'à la mise en place de dispositifs relationnels performants.

Ce sont ces stratégies de communication que ce Grand Prix, organisé par Stratégies avec le soutien du Syntec Conseil en Relations Publics et l'UDA (Union des Annonceurs), a vocation à mettre à l'honneur en récompensant les plus pertinentes et les plus efficaces.

Le palmarès de ce Grand Prix sera dévoilé en septembre lors d'une soirée de remise des Prix réunissant l'ensemble de la profession.

Toutes les opérations de Relations Publics réalisées entre février 2015 et avril 2016 peuvent être présentées.

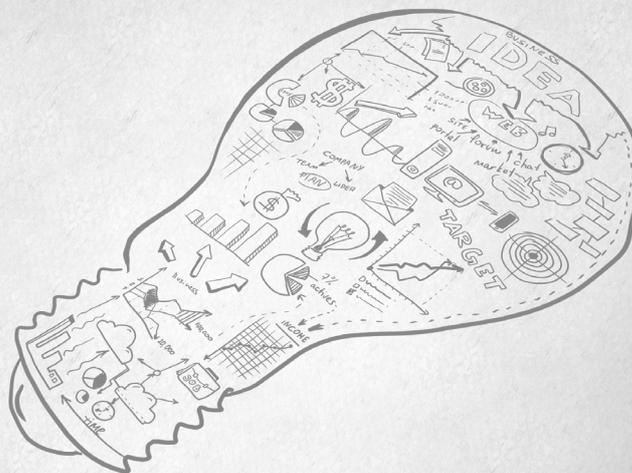
Pour tout complément d'information, n'hésitez pas à contacter :  
Negar MOSHREFI – 01 78 16 31 09 - [nmoshrefi@strategies.fr](mailto:nmoshrefi@strategies.fr)

Nous comptons vivement sur votre participation afin de valoriser le travail de vos équipes et la qualité des opérations réalisées ces douze derniers mois...

L'équipe Grands Prix Stratégies

**STRATÉGIES** NewsCo Events

Stratégies est une marque de la société S2C dont la gestion est assurée par NewsCo Events  
SARL au capital de 108 000€ RCS Nanterre B 423 055 060 - N° identifiant TVA FR 23 423 055 060  
23 bis rue Barthélemy Danjou - CS 40116 - 92517 Boulogne Billancourt Cedex



## >> RAISONS D'ÊTRE

- Désigner et récompenser les meilleures opérations de Relations Publics et de Relations Presse.
- Contribuer à la découverte et à la mise en avant de nouveaux talents.
- Guider les annonceurs dans le choix de leurs agences conseil.

## >> LE JURY

- Le jury se réunira début mai 2016.
- Le jury sera composé de professionnels des relations publics.
- Le jury attribuera des mentions et des prix par catégorie ainsi que le Grand Prix Stratégies des Relations Publics 2016.
- Le jury peut décider librement de récompenser ou pas certaines catégories en fonction de la qualité des dossiers présentés et peut être amené à créer des catégories en fonction des dossiers présentés.
- Il est rappelé que les membres du jury s'abstiennent de voter pour les campagnes réalisées par leur agence ou pour leur entreprise.
- Ne pas incruster le logo de l'agence sur les vidéos, visuels, PowerPoint ainsi que sur la Fiche Technique 2 - lors de la réunion du jury, le nom de l'agence ne sera pas communiqué.

## >> 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.

Les campagnes d'intérêt général ne peuvent concourir pour le Grand Prix sauf décision exceptionnelle du jury.

## >> LES PARTICIPANTS

Les annonceurs, les agences de communication françaises en accord avec leurs clients.

## >> PÉRIODE DE QUALIFICATION

Vous pouvez présenter toutes les opérations effectuées entre février 2015 et avril 2016.

Les dossiers présentés l'an dernier ne peuvent être représentés cette année (sauf s'il y a une évolution dans le projet, nous contacter).

## >> CHOIX DE LA CATÉGORIE

Pour chaque opération présentée, indiquer, sur les fiches techniques n° 1 et 2 (pages 7 et 8), le code de la catégorie choisie (cf p.6).

Exemple : 1a = Produit grand public

## >> CLÔTURE DES INSCRIPTIONS

Vendredi 8 avril 2016, toutes catégories confondues.

Attention, tout dossier inscrit après la date de clôture (cf. page 11), en accord avec l'organisation, fera l'objet d'une majoration de ses tarifs de 180 €.

## >> DROITS D'INSCRIPTION & FRAIS DE PARTICIPATION

Un droit d'inscription et des frais de participation vous seront demandés :

- 510 €<sup>HT</sup> pour les droits d'inscription
- 350 €<sup>HT</sup> / pour les deux premiers dossiers
- 150 €<sup>HT</sup> / pour le troisième dossier

Le règlement de l'inscription doit être effectué au plus tard le **9 mai 2016**; en cas de non réception du règlement, l'organisation se réserve le droit de ne pas présenter le dossier à la réunion du jury.

## >> PRÉSENTATION DU DOSSIER

Le dossier doit comprendre les éléments suivants :

- **la demande de participation** (page 10) **accompagnée du règlement**

Et pour chaque réalisation présentée :

- **les fiches techniques n° 1 et n° 2** (pages 7 et 8) **en triple exemplaires**
- **le matériel** (page 5)
- **le descriptif détaillé des éléments fournis** (documents, objets, etc.)
- **la fiche crédit-rédaction pour chaque dossier/campagne présenté, à envoyer en numérique** (page 9)

## >> PROMOTION DES RÉSULTATS

- Les résultats seront dévoilés en septembre, lors d'une remise de Prix réunissant toute la profession.
- Les résultats du Grand Prix des stratégies de communication 2016 paraîtront dans le *Stratégies* daté du 15 septembre 2016.
- Le palmarès sera diffusé sur les supports *Stratégies* (magazine, newsletter, site : [www.strategies.fr/grandsprix](http://www.strategies.fr/grandsprix)).
- Pour valoriser leur récompense, les lauréats des Prix et du Grand Prix pourront acquérir le 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, etc.).  
Pour plus de renseignements, nous contacter.



**IMPORTANT :**  
NE PAS INCRUSTER  
LE LOGO DE L'AGENCE  
SUR LES VIDÉOS

## >> PRÉSENTATION DU MATÉRIEL

- Pour plus de simplicité et de clarté, nous vous recommandons de nous adresser un film de 2 minutes maximum présentant votre opération.

**Format** : fichier mpeg4 sur clef USB pour PC.

- Votre dossier créatif peut également être composé différemment et nous vous remercions alors de respecter les indications ci-après :

**Images** : format JPEG - RVB, 72 DPI. 10 visuels maximum par campagne, sur clef USB pour PC (1 support par opération).

Si vous souhaitez qu'un ordre soit respecté, merci de numéroter chacune des images.

**Documents papier** : 5 exemplaires de chaque document présenté (dossiers et communiqués de presse, retombées presse, etc.)

**Vidéos** (2 minutes maximum) : fichier .mpg4 sur clef USB pour PC.

**Internet** : adresse URL, captures d'écran ou animation Flash.

**IMPORTANT** : Ne pas incruster le logo de l'agence sur les vidéos

**Tout document hors format sera refusé.**

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

**4 visuels** haute définition pour le magazine (format .eps en 300 dpi - 1920x1080 pixels)

**Un film** de 30 secondes maximum (fichier quicktime - débit 8 Mbit non compressé - 1920x1080 pixels)

- Stratégies décline toute responsabilité en cas de vol ou détérioration des éléments présentés. Tous les éléments de participation non réclamés **avant le vendredi 16 septembre 2016** ne seront pas conservés.



## >> ENVOI DES ÉLÉMENTS ET RENSEIGNEMENTS

**Negar MOSHREFI**

Tél. : 01 78 16 31 09

E-mail: nmoshrefi@strategies.fr

**Mention obligatoire sur chaque envoi :**

**GRAND PRIX STRATÉGIES DES RELATIONS PUBLICS 2016**

à l'attention de Negar MOSHREFI

Stratégies / NewsCo Events

23 bis, rue Barthelemy Danjou - CS 40116 92 100 Boulogne Billancourt Cedex

Livraison des plis entre 9h30 et 16h00.

**IMPORTANT : POUR TOUT ENVOI DE DOSSIERS PAR COURSIER, MERCI DE COMMUNIQUER UNIQUEMENT LES COORDONNÉES DE MME NEGAR MOSHREFI (01 78 16 31 09 - 06 27 77 58 92), NE DISPOSANT PAS D'ACCUEIL AU SEIN DU MAGAZINE STRATÉGIES, AFIN DE GARANTIR LA BONNE RÉCEPTION DE VOS DOSSIERS.**



## 1a >> PRODUIT GRAND PUBLIC

Lancement ou promotion d'un produit ou d'une marque grand public.

## 1b >> SERVICE GRAND PUBLIC

Lancement ou promotion d'un service ou d'une marque grand public.

## 1c >> CELEBRATION, ANNIVERSAIRE

Célébration ou anniversaire d'entreprise de marque ou produit.

## 1d >> GRANDES CAUSES, CAMPAGNE D'INTÉRÊT GÉNÉRAL, PROGRAMME DE PRÉVENTION

Information grand public sur un sujet de société en vue de modifier les comportements d'un ou de plusieurs publics. Cette catégorie comprend notamment les démarches de développement durable ainsi que la communication santé (opérations menées par les laboratoires pharmaceutiques, une association de patients ou une institution publique et visant à améliorer la connaissance d'une pathologie par le grand public).

## 1e >> COMMUNICATION BUSINESS TO BUSINESS

Lancement ou promotion d'un produit ou d'un service.

## 1f >> AFFAIRES PUBLIQUES

Relations avec les pouvoirs publics en s'appuyant ou non sur les médias.

## 1g >> COMMUNICATION RH, SOCIALE, FORMATION

Communication de recrutement, communication interne, relations avec les écoles.

## 1h >> CAMPAGNE DE COMMUNICATION CORPORATE, INSTITUTIONNELLE OU FINANCIÈRE

Développement de la notoriété. Construction, renforcement de la réputation. Installation, amélioration de l'image. Campagne de valorisation des démarches RSE. Relations avec les investisseurs, les analystes. Communication sur les résultats financiers. Cette catégorie comprend le mécénat et les opérations de sponsoring ou de parrainage culturel, sportif, humanitaire menés par une entreprise ou une institution (hors campagne de publicité).

## 1i >> DISPOSITIFS D'INFLUENCE DIGITALE

Campagnes utilisant les réseaux sociaux, influenceurs, blogueurs générant de l'engagement des communautés.

## 1j >> CAMPAGNE DE COMMUNICATION INTERNATIONALE

>> Nouveau : ces fiches sont transcriposables

**NOM DE L'OPÉRATION :** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

inscrire le code de la catégorie sélectionnée.

Cette fiche technique n°1 est à retourner à Stratégies en **triple exemplaires**.

Merci de la compléter avec précision et d'écrire en lettres capitales.

Ces informations peuvent partiellement être reprises dans Stratégies, les adresses e-mail nous servent à vous envoyer les invitations électroniques à la soirée de remise des Prix.

**AGENCE :** \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_\_

PDG : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

DG : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

Directeur de création : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

Responsable du développement : \_\_\_\_\_

E-mail : \_\_\_\_\_

Chef de projet : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

**RESPONSABLE  
DE L'ENVOI DES ÉLÉMENTS :** \_\_\_\_\_

Société : \_\_\_\_\_

Fonction : \_\_\_\_\_

E-mail : \_\_\_\_\_ Tél : \_\_\_\_\_

**ENTREPRISE :** \_\_\_\_\_

Secteur d'activité : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_\_

PDG : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

Directeur Marketing : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

Directeur Communication : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

Responsable des Relations Publiques : \_\_\_\_\_

E-mail : \_\_\_\_\_

>> Nouveau : ces fiches sont transcriposables

**NOM DE L'OPÉRATION :** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**NOM DE L'ENTREPRISE :** \_\_\_\_\_

inscrire le code de la catégorie sélectionnée.

Cette fiche technique n°2 doit être remplie informatiquement.

Elle doit être remise en **triple exemplaires** pour chaque campagne présentée.

**Elle ne devra pas dépasser deux pages dont une consacrée à l'évaluation de la campagne.**

## 1. PROBLÈME(S) POSÉ(S) ET OBJECTIFS

- Quel(s) étai(en)t le(s) problème(s) posé(s) ?
- Quel était l'état initial du public ciblé avant la campagne ?
- Quels étaient les résultats attendus ? Quels étaient les critères de succès définis avant la campagne ?

## 2. PUBLIC(S) CONCERNÉ(S)

- Définition du ou des public(s) ciblé(s).
- Quel était l'effectif des principaux publics visés ?
- Combien de personnes ont été touchées par la campagne ?

## 3. STRATÉGIE(S) PROPOSÉE(S) / MOYEN(S) MIS EN ŒUVRE

## 4. DURÉE DE LA RÉALISATION

## 5. BUDGET (HONORAIRES ET FRAIS TECHNIQUES)

Nous vous remercions d'indiquer dans quelle fourchette se situe le budget de l'opération :

- moins de 15 000 €
- de 15 000 € à 100 000 €
- plus de 100 000 €

## 6. SITE INTERNET

(Merci d'indiquer le lien vers le site internet et les étapes à suivre)

## 7. BILAN / ÉVALUATION DE CAMPAGNE

Il s'agit de l'évaluation des résultats de la campagne, réalisée en interne ou en externe, permettant de mesurer l'efficacité et la pertinence de la stratégie mise en œuvre.

Il est impératif d'indiquer de façon chiffrée l'impact de votre campagne (modification des comportements, déclenchement d'un acte d'achat, augmentation du taux de visite...).

>> Merci de remplir cette fiche informatiquement pour chaque réalisation présentée et de l'envoyer sous format Word par mail.

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:** \_\_\_\_\_

**RESPONSABLE AGENCE:** \_\_\_\_\_

**DIRECTEUR DE CRÉATION:** \_\_\_\_\_

**DATES DE SORTIE DE LA RÉALISATION:** \_\_\_\_\_

**SECTEUR D'ACTIVITÉ DU PROJET:** \_\_\_\_\_



>> Nouveau : ces fiches sont transcriposables

## GRAND PRIX DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION 2016 / RELATIONS PUBLICS

Attention : le dossier peut être refusé si la demande de participation n'est pas signée et cachetée.

### ENTREPRISE OU AGENCE (à facturer) :

Numéro de SIRET : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Responsable de l'envoi des éléments : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

Fonction : \_\_\_\_\_ Secteur d'activité : \_\_\_\_\_

· DROITS D'INSCRIPTION (commun à toutes les catégories) =		510 € <sup>HT</sup>
		+
· FRAIS DE PARTICIPATION (pour les 2 premiers dossiers) =	_____ x 350 € =	_____ € <sup>HT</sup>
· FRAIS DE PARTICIPATION (pour le 3 <sup>e</sup> dossier) =	_____ x 150 € =	_____ € <sup>HT</sup>
<b>Attention, pour tout dossier rendu (en accord avec l'organisation) après la date de clôture du 8 avril et ce jusqu'au mercredi 13 avril 2016, une majoration des frais de participation sera exigée.</b>		
Par réalisation présentée :	_____ réalisation(s) x 180 € =	_____ € <sup>HT</sup>
	<b>Total</b> <sup>HT</sup> =	_____ €
	<b>TVA 20%</b> =	_____ €
	<b>Total</b> <sup>TTC</sup> =	_____ €

Votre règlement aux frais d'organisation du Grand Prix des Stratégies de Communication 2016 doit être joint à cette commande.

**Nous ne pouvons prendre en considération les participations non accompagnées de leur règlement.**

>> **Sans la signature et le cachet de l'entreprise, votre dossier pourra être refusé.**

>> **En aucun cas une inscription ne pourra être annulée ou retirée de la compétition après la date de clôture, le 8 avril 2016.**

Merci d'indiquer votre mode de règlement :

Règlement par chèque à établir à l'ordre de : NEWSCO EVENTS

Virement

**Banque** : CIC PARIS ST HONORÉ ENTREPRISES

**IBAN** (International Bank Account Number): FR76 3006 6109 4700 0100 2880 171

**BIC** (code Swift)

Merci de préciser sur l'ordre de virement la référence **GPCRP16**

Je reconnais avoir pris connaissance des conditions de participation.  
L'agence ou l'entreprise déclare être propriétaire des droits de toute nature permettant la reproduction de sa ou de ses réalisation(s) présentée(s) dans tout support papier ou électronique édité par Stratégies et garantit Stratégies à cet effet.

À

Date

Signature et Cachet de la société

# STRATÉGIES

---

DATE LIMITE DE REMISE DE VOS DOSSIERS :

**LE 8 AVRIL 2016**



## CONTACT

Negar MOSHREFI

Tél. : 01 78 16 31 09

E-mail : [nmoshrefi@strategies.fr](mailto:nmoshrefi@strategies.fr)

Avec le soutien de

