

LES PRIX DE LA COMMUNICATION JUNIOR ACTUKIDS 2009

REGLEMENT



ACTUKids

ActuKids organise la 3ème édition des PRIX DE LA COMMUNICATION JUNIOR visant à récompenser les annonceurs et leurs agences pour l'efficacité et la créativité de leurs campagnes, mais aussi pour le respect de l'éthique dans la conception des messages : prise en compte des capacités de jugement particulières de l'enfant ; refus de l'incitation à la surconsommation...

Il s'agit de récompenser également les supports de communication, notamment pour leur qualité éditoriale, et les nouvelles licences qui s'imposent dans l'univers médiatique jeunesse.

Un jury composé de spécialistes du monde de l'enfance et de la communication décernera 4 Prix pour récompenser :

- la meilleure publicité ciblant les enfants,
- le meilleur média Jeunesse/Famille (chaîne TV, presse, site web),
- la meilleure communication hors média ciblant les enfants,
- la nouvelle licence ayant le plus fort potentiel de développement.

Participation

Le concours des PRIX DE LA COMMUNICATION JUNIOR ACTUKIDS 2009 est ouvert à toutes les sociétés et à leurs agences de conseil en communication ou de gestion de licences.

Pour participer, il suffit de télécharger et de remplir un ou plusieurs bulletins d'inscription sur le site internet accessible à l'adresse www.actukids.com, et de le(s) renvoyer, accompagné(s) des éléments requis et du règlement des droits de participation d'un montant de 145 € TTC (121,24 € HT), au plus tard le 12 décembre 2008, par voie postale à l'adresse :

ActuKids
Les Prix de la Communication Junior
11 rue Saint-Lazare
F-75009 PARIS

Un bulletin d'inscription accompagné des éléments complémentaires requis (visuels, etc.) et du règlement des droits de participation constituent un dossier de participation (ci-après « Dossier »).

Les participants peuvent inscrire un Dossier à plusieurs Prix simultanément, et peuvent également inscrire plusieurs Dossiers à un même Prix.

Les Prix

1 – Prix de la Publicité Junior 2009

A - Critères

Le Prix récompense une campagne de communication ciblant le public jeunesse, diffusée en média durant l'année 2008, selon trois critères :

- L'efficacité de la campagne
- La créativité de la campagne
- Le respect de l'éthique dans la conception et la diffusion de la campagne : prise en compte des capacités de jugement particulières de l'enfant ; non incitation à la surconsommation...

B - Conditions de participation

- La campagne doit avoir été diffusée en France en média (TV, Radio, Affichage, Presse, Internet) durant l'année 2008 ;
- La campagne ne doit pas avoir été diffusée en média en France avant le 1er janvier 2008 ;
- La campagne doit s'adresser directement aux enfants.

C – Eléments à joindre au Dossier

Pour être valables, les Dossiers concourant pour le Prix de la Publicité Junior 2009 devront inclure impérativement au moins un élément visuel de la campagne sur CD-Rom compatible PC et sur format papier.

2 – Prix du Média Jeunesse/Famille 2009

A - Critères

Le Prix récompense un support média (chaîne de télévision, titre de presse, site web) en cours de diffusion, selon les critères suivants :

- La qualité éditoriale et artistique du support
- La capacité d'innovation du support
- L'adéquation du support avec les attentes des enfants et/ou des parents

B - Conditions de participation

- Le support doit être en cours de diffusion au moment du dépôt du Dossier de participation ;
- Le support doit s'adresser directement aux enfants et/ou aux parents.
- Chaque dossier ne peut contenir qu'un seul support.

C – Eléments à joindre au Dossier

Pour être valables, les Dossiers concourant pour le Prix du Média Jeunesse 2009 devront inclure impérativement les éléments suivants :

- Pour une chaîne de TV : un spot de présentation de la chaîne sur CD-Rom compatible PC ou DVD
- Pour un titre de presse : 2 exemplaires du magazine (identiques ou de différentes éditions)
- Pour un site Web : L'url du site

3 – Prix de la Communication Hors Média Junior 2009

A - Critères

Le Prix récompense une opération de communication hors média ciblant le public Enfant (opération promotionnelle on-pack ou in-pack, street marketing, jeu-concours hors espaces publicitaires, opération en magasin, PLV...), mise en place durant l'année 2008, selon trois critères :

- L'efficacité de la communication
- La créativité de l'opération
- Le respect de l'éthique dans la conception et la mise en place de l'opération : prise en compte des capacités de jugement particulières de l'enfant ; non incitation à la surconsommation...

B - Conditions de participation

- L'opération doit avoir été menée durant l'année 2008 ;

- L'opération ne doit pas avoir débuté avant le 1^{er} janvier 2008 ;
- L'opération doit s'adresser directement aux enfants.

C – Eléments à joindre au Dossier

Pour être valables, les Dossiers concourant pour le Prix de la Communication Hors Média Junior 2009 devront inclure impérativement au moins un élément visuel du dispositif de l'opération sur CD-Rom compatible PC et sur format papier.

4 – Prix de la Nouvelle Licence Junior 2009

A - Critères

On entend par « licence » toute propriété (marque, personnage, univers graphique...) dont les droits dérivés sont commercialisés selon le respect d'une charte graphique et/ou éditoriale.

Le Prix récompense une nouvelle licence dédiée au public des enfants de moins de 13 ans, dont l'exploitation de la charte graphique est commercialisée sur le marché français pour la première fois en 2008, selon quatre critères :

- L'originalité du concept de la licence et sa capacité à séduire son public
- L'originalité, la richesse et la qualité de la charte graphique de la licence
- L'adéquation de la licence avec les attentes du public
- L'efficacité de la communication visant à faire connaître la licence auprès du grand public

B - Conditions de participation

- Les droits dérivés de la propriété doivent être en cours de commercialisation en France à la date de dépôt du Dossier.
- Les produits dérivés de la charte graphique de la licence ne doivent pas avoir été commercialisés en France avant le 1^{er} janvier 2008. Des produits dérivés d'une précédente charte graphique de la même licence peuvent cependant avoir été commercialisés avant le 1^{er} janvier 2008.
- La licence doit s'adresser à un public d'enfants âgés de moins de 13 ans.

C – Eléments à joindre au Dossier

Pour être valables, les Dossiers concourant pour les Prix de la Nouvelle Licence Junior 2009 devront inclure impérativement au moins un élément visuel de la charte graphique de la licence sur CD-Rom compatible PC et sur format papier.

Droits de participation

Les droits de participation sont fixés à 145 € TTC (121,24 € HT) par Dossier. Une facture sera adressée en retour, par e-mail, à l'adresse électronique inscrite sur le bulletin d'inscription.

Clôture des inscriptions

La date limite d'envoi des Dossiers complets (incluant règlement des droits de participation et éléments complémentaires requis) est fixée au vendredi 12 décembre 2008.

Le Jury

Le Jury, composé de professionnels de l'univers de l'enfance et de la communication, se réunira après la clôture des inscriptions pour désigner le Dossier vainqueur de chacun des Prix.

La composition du Jury est diffusée sur le site internet accessible à l'adresse www.actukids.com.

ActuKids se réserve le droit de refuser l'inscription d'un Dossier s'il considère que les liens qui unissent la société participante et un membre du jury sont trop étroits et peuvent nuire à la crédibilité du concours.

Récompenses

Chacun des 4 PRIX DE LA COMMUNICATION JUNIOR ACTUKIDS ne récompense qu'un seul Dossier, et n'est donc décerné qu'à une seule société participante.

Les vainqueurs des PRIX DE LA COMMUNICATION JUNIOR ACTUKIDS gagnent :

- Le droit d'utiliser dans leur communication la mention « Vainqueur des PRIX DE LA COMMUNICATION JUNIOR ACTUKIDS 2009 », en précisant le Prix obtenu, ainsi que le label des Prix de la Communication Junior 2009 dont les éléments graphiques leur seront remis.
- La mise en avant de leur récompense dans la lettre de veille ActuKids durant 5 jours consécutifs et sur le site internet ActuKids.com durant 15 jours consécutifs.
- La mise en avant de leur récompense sur les éléments de communication mis en place sur les stands ActuKids lors des salons professionnels où ActuKids sera présent en 2009.

Toute utilisation du logo et de l'appellation « PRIX DE LA COMMUNICATION JUNIOR ACTUKIDS 2009 » par les gagnants devra être validée au préalable par la société GLSJ Communication.

Éléments joints aux Dossiers

Les participants accordent aux organisateurs des PRIX DE LA COMMUNICATION JUNIOR le droit d'utiliser et de diffuser les éléments joints à leur Dossier dans le cadre de la mise en œuvre et de la promotion de l'événement.

Aucun élément joint aux Dossiers ne sera restitué aux participants en fin de concours.

Organisation / Contacts

Les PRIX DE LA COMMUNICATION JUNIOR ACTUKIDS 2009 sont organisés par la société GLSJ Communication, éditrice du service ActuKids.

Pour toute demande d'information, contacter :

ActuKids – Les Prix de la Communication Junior – 11 rue Saint-Lazare F-75009 Paris - Tel : 01.42.60.55.20.