

RÈGLEMENT

PHILOSOPHIE _____ 2

FONCTIONNEMENT

A1 – Jury	2
A2 – Critères de jugement	2
A3 – Critères d'évaluation	2
A4 – Procédure	3
A5 – Trophées	3

CATÉGORIES

B1 – Creative Film	3
B2 – Craft Film	3
B3 – Affiches & Annonces	3
B4 – Affiches Culturelles	4
B5 – Campagne Intégrée 360	4
B6 – Branding	4
B7 – Creative Web	4
B8 – Ad for Good	4
B9 – Illustration	4
B10 – Le Petit	4
B11 – Le GRAND	4

LIVRABLES

C1 – Nomenclature	5
C2 – Formats	5

PAIEMENT

D1 – Frais	5
D2 – Early bird	5
D3 – Remboursement	5

CONTACT _____ 5

PHILOSOPHIE

Le Grand Prix Romand de la Création (GPRC) encourage la créativité des agences, des indépendant.e.s et des annonceurs basés en Suisse Romande. Des trophées GRAND sont décernés dans plusieurs catégories. Un GRAND est une marque de reconnaissance créative et de qualité du milieu professionnel. L'originalité, la réalisation, la pertinence et l'exécution font partie intégrante des critères de jugements.

FONCTIONNEMENT

A1 – Jury

Les inscriptions présentées sont jugées par catégorie. Le Jury est composé de 10 professionnel.le.s créatif.ve.s reconnu.e.s dans leur domaine. Les délibérations du Jury ne sont pas publiques. Les décisions du Jury sont définitives et ne peuvent pas être remises en cause.

Si un.e membre du Jury est impliqué.e de quelques manières dans un projet jugé (agence, client.e, directeur.trice artistique, concepteur.trice-rédacteur.trice, directeur.trice de création, auteur.trice, compositeur.trice, interprète, consultant.e, illustrateur.trice, réalisateur.trice, photographe, producteur.trice, etc...), il.elle ne peut pas participer, ni influencer le vote de cette inscription. Il.elle est prié.e de quitter la salle lorsque l'objet des délibérations touche à ses intérêts personnels.

Les organisateurs.trices du GRAND, en tant qu'institution responsable du Jury, sont également présent.e.s lors des délibérations du Jury mais uniquement afin de faire respecter le règlement. Ils ne votent pas, sauf si après discussions et délibérations, le Jury n'arrive toujours pas à se mettre d'accord. Dans ce cas uniquement, ils trancheront.

La communication du Concours suit une stratégie stricte. La Shortlist et les gagnant.e.s de chacune des catégories ne sont rendus publics qu'à l'occasion de la cérémonie. Il est donc impératif que tou.te.s les membres du Jury s'engagent à garder le secret jusqu'à la Cérémonie de Remise des « GRAND ». Cet embargo doit être respecté jusqu'à fin mai ou début juin selon la date retenue de la soirée de Remise des Prix.

Si un.e membre du Jury gagne un prix, il.elle est prié.e de ne pas venir le chercher en personne sur scène, mais d'envoyer quelqu'un qui représente son agence voire son.sa client.e. Ceci pour éviter toute confusion aux yeux du grand public. La présence de tou.te.s les membres du Jury est demandée lors de la soirée de remise des trophées.

A2 – Critères de jugement

Le critère de jugement essentiel est la créativité.

Les inscriptions sont ouvertes pour les créations parues entre le 1er mai 2023 et le 1er mai 2024. Peuvent participer tou.te.s les professionnel.le.s basé.e.s en romandie ainsi que dans les cantons bilingues à condition que le projet soit destiné au marché francophone. Sont exclus les projets d'autopromotion des agences et indépendant.e.s.

A3 – Critères d'évaluation

Le GPRC récompense la créativité. Voici les critères dont le Jury doit tenir compte :

- 1) l'impression générale
- 2) l'idée créative en elle-même / l'originalité
- 3) la clarté du message / la pertinence
- 4) la réalisation et l'exécution de cette idée

A4 – Procédure

1ÈRE ÉTAPE

Déterminer la SHORTLIST :

Toutes les inscriptions sont visionnées par le jury de manière individuelle sans négociation ou discussion avec les autres membres du Jury. Ces dernier.e.s jugent les projets grâce à un système de points. Les projets obtenant la moyenne de points jugée suffisante sont shortlistés. Si les jurys estiment qu'aucun des projets d'une catégorie ne répond aux critères du GRAND, cette catégorie est alors dissoute et les participations non-remboursées.

2E ÉTAPE

Déterminer les Gagnant.e.s :

Toute la shortlist est visionnée une nouvelle fois. Les membres du Jury discutent et défendent les projets afin de déterminer un.e gagnant.e par catégorie. En cas d'égalité, le.la président.e de catégorie tranche. Si le.la président.e est impliqué dans un des projets, les organisateurs.trices du GRAND tranchent. Il n'y a qu'un.e seul.e gagnant.e par catégorie.

3E ÉTAPE

Décerner LE « GRAND »:

Parmi les gagnant.e.s, le Jury décide à la majorité de l'attribution du « GRAND ». Le critère de ce prix est plus que tout la créativité.

A5 – Trophées

Le gagnant.e. de chaque catégorie reçoit un trophée GRAND. Les shortlists reçoivent un Diplôme.

CATÉGORIES

B1 – Creative Film

Seuls les films de commande réalisés pour et signés par des marques ou institutions dont le but est de vendre une image de marque, des services ou des produits peuvent concourir dans la catégorie Creative Film.

Leur diffusion cinéma, TV ou web est nécessaire pour pouvoir s'enregistrer. Dans le cadre d'une diffusion online uniquement, le comité d'organisation du GRAND veillera à ce qu'il s'agisse bien d'un spot publicitaire officiel clairement signé par un annonceur.

Durée: 180sec. maximum

B2 – Craft Film

Seuls les films de commande réalisés pour et signés par des marques ou institutions dont le but est de vendre une image de marque, des services ou des produits peuvent concourir dans la catégorie Craft Film.

Leur diffusion cinéma, TV ou web est nécessaire pour pouvoir s'enregistrer. Dans le cadre d'une diffusion online uniquement, le comité d'organisation du GRAND veillera à ce qu'il s'agisse bien d'un spot publicitaire officiel clairement signé par un annonceur.

Durée: 180sec. maximum

B3 - Affichage & Annonces

Toute affiche et annonce publicitaire, tout format (F4, F12, F24, F200, formats spéciaux-transports publics, presse, etc.) réalisée pour et signée par des marques ou institutions dont le but est de vendre une image de marque, des services ou des produits peut concourir dans la catégorie affichage & annonce. Leur diffusion sur les réseaux officiels des régies d'affichage et/ou dans la presse est nécessaire pour concourir. Le comité d'organisation du GRAND se réserve le droit de demander une quittance d'affichage en cas de doute de parution d'un projet inscrit.

B4 – Affiches Culturelles

Toute affiche et annonce culturelle, tout format (F4, F12, F24, F200, formats spéciaux-transports publics, presse, digital etc.) réalisée pour et signée par des marques ou institutions dont le but est de promouvoir un produit ou service culturel peut concourir dans la catégorie affiches culturelles. Le comité d'organisation du GRAND se réserve le droit de demander une quittance d'affichage ou preuve de diffusion en cas de doute de parution d'un projet inscrit.

B5 – Campagne Intégrée | 360

Une campagne intégrée doit avoir été diffusée au minimum sur 3 médias (off et online).

Attention : les travaux inscrits en 360° ne concourent pas de facto dans leur catégorie respective (par exemple, si votre campagne intégrée utilise le média affichage, les affiches présentées ne concourent pas dans la catégorie affichage). Si vous souhaitez par ailleurs enregistrer un de ces travaux de manière indépendante, vous devrez à nouveau l'inscrire dans sa catégorie respective.

Un descriptif de la campagne 360° doit également être fourni (format PDF ou vidéo de présentation).

B6 – Branding

Toute identité de marque et ses déclinaisons graphiques représentant une marque, une entreprise, une institution ou toute autre forme de commerce ou d'association, peut concourir dans la catégorie Branding. Sont acceptées pour cette catégorie les déclinaisons physiques et digitales constituant l'identité visuelle.

B7 – Creative Web

Seuls les sites de commande réalisés pour et signés par des marques ou institutions dont le but est de promouvoir une image de marque, des services ou des produits peuvent concourir dans la catégorie Creative Web. L'originalité de l'expérience, du design et des technologies web au service de la créativité seront jugés sans considération pour la complexité du backend.

B8 – Ad for Good

Toute création publicitaire, réalisée pour et signée par des marques ou institutions, promouvant des oeuvres caritatives ou encourageant à un changement politique ou sociétal positif peut concourir dans la catégorie Ad for Good. Le projet doit avoir été diffusé (sur un support physique ou digital quel qu'il soit) pour être inscrit. Un descriptif de la problématique ainsi que de la campagne doit également être fourni (format PDF ou vidéo de présentation).

B9 – Illustration

Seules les illustrations de commande réalisées pour et signées par des marques ou institutions dont le but est de vendre une image de marque, des services ou des produits peuvent concourir dans la catégorie Illustration. Leur diffusion sur un support physique ou digital est nécessaire pour pouvoir s'enregistrer. Le comité d'organisation du GRAND se réserve le droit de demander une quittance d'affichage ou preuve de diffusion en cas de doute de parution d'un projet inscrit.

B10 – Le Petit

Seuls les projets répondant au brief émis par le GRAND dans le cadre du concours peuvent concourir dans la catégorie Le Petit. Les participant.e.s doivent être en formation ou avoir moins de 2 ans d'expérience professionnelle dans le domaine de la communication, du graphisme, de la photographie et/ou de l'audiovisuel et avoir moins de 30 ans révolus. La participation peut être individuelle ou en binôme.

B11 – Le GRAND

Tous les projets inscrits dans les autres catégories, à l'exception du Petit, concourent de facto dans la catégorie GRAND.

Les projets, visuels et vidéos présentés doivent impérativement être identiques à ceux diffusés.

Director's cuts, designs édités ou toutes versions non officielles seront automatiquement disqualifiés.

LIVRABLES

Tous les projets doivent être transmis via le site Internet du GRAND avant le **13 mai 2024, 20h**.

C1 – Nomenclature

Tous les livrables doivent être nommés de la façon suivante:

agence_client_nomdeprojet_typedefichier
ex: baston_nike_pushthelimit_casestudy.mp4

Pour le Petit:

nomdefamille1_nomdefamille2_nomdeprojet_typedefichier
ex: fincher_palahnuik_fightclub_spot.mp4

C2 – Formats

Vidéo MP4 (H.264), 25 fps. Limiter la bande passante à 5000 kbit/s pour la définition standard et à 10 000 kbit/s pour la haute définition. Durée max. 180sec. Pour la soumission de spots TV/Ciné/Web, veuillez joindre une image au format JPEG (1280 pixels de largeur obligatoirement) qui représente au mieux votre projet.

Casestudy MP4 (H.264), 25 fps. Limiter la bande passante à 5000 kbit/s pour la définition standard et à 10 000 kbit/s pour la haute définition. Durée max. 180sec.

Images JPEG (RGB), longueur minimale 2500 pixels, résolution 300 dpi

Description du projet Max. 1000 signes, à saisir directement dans le formulaire en ligne.

PAIEMENT

Lors de l'inscription en ligne de votre projet, la dernière étape du processus vous demandera son paiement afin de pouvoir concourir au GRAND. Le projet ne sera ni publié ni présenté au jury tant qu'il reste impayé.

D1 – Frais

Participation au concours, prix par projet et par catégorie	CHF 200.- hors frais de billetterie
Participation au concours le Petit, prix par projet	CHF 50.- hors frais de billetterie

D2 – Early bird

Les participant.e.s inscrivant un projet avant le **15 mars 2024** bénéficient du tarif early bird incluant, pour chaque projet inscrit, une invitation pour la cérémonie. Passé ce délai, la participation à la cérémonie s'élève à CHF 99.- / personne.

D3 – Remboursement

Tout projet soumis incomplet et/ou ne répondant pas au règlement ne sera pas présenté au jury. Aucun remboursement ne sera octroyé. Si aucun projet n'est shortlisté dans une catégorie, celle-ci est annulée sans remboursement.

CONTACT

Pour toutes questions relatives au règlement merci de nous contacter à hello@associationgrand.ch