

GRAND  
PRIX



DATA &  
CRÉATIVITÉ

# DOSSIER DE CANDIDATURE

Le 1<sup>er</sup> Grand Prix Data & Créativité

Un événement

prache  
media  
event

Les partenaires médias, associations professionnelles et experts  
qui **nous soutiennent** :

**AACC**  
CUSTOMER MARKETING

**club**  
DES ANNONCEURS | UNE MARQUE  
D'AVANCE

**iab.**  
france

**U**  
UDECAM

**CBNEWS**

**IM**  
FLUENCIA

JDN

**iligo**

the  
**metrics** factory



# LETTRE D'OUVERTURE

Paris, le 1<sup>er</sup> juin 2017

Madame, Monsieur,

L'agence PRACHE MEDIA EVENT lance avec CB News, Influencia et le JDN, **le 1<sup>er</sup> Grand Prix Data & Créativité.**

**Ce Grand Prix a pour vocation de réconcilier Data et Créativité** en présentant à tout l'écosystème les stratégies marketing les plus pertinentes. Il a également pour vocation de récompenser les campagnes les plus créatives et efficaces et de mettre à l'honneur les agences de publicité, les agences de marketing relationnel, les agences data-driven, les agences média, les annonceurs et tous les acteurs de la Tech.

**Chaque acteur participant au Grand Prix Data & Créativité s'engage à présenter une campagne respectant les termes et conditions de la loi « Informatique et Libertés »** relative à la protection des données personnelles et de la vie privée. Toute campagne ne respectant pas l'un ou l'ensemble des articles de la loi sera éliminée de la compétition.

**Le jury sélectionnera les meilleures opérations de l'année** et c'est au cours de la soirée de remise des Prix que sera dévoilé le palmarès 2017.

**INNOVATION, CRÉATIVITÉ ET PERFORMANCE SERONT LES PRINCIPAUX CRITÈRES DU JURY POUR DÉSIGNER LES LAURÉATS.**

Nous nous réjouissons de vous retrouver le **16 novembre prochain** pour célébrer ensemble le palmarès de la première édition du Grand Prix Data & Créativité.

A bientôt

**Emmanuelle PRACHE**

Fondatrice PRACHE MEDIA EVENT

*L'agence Prache Media Event est spécialisée dans la conception, la production et la médiatisation d'opérations de communication B to B. L'agence accompagne les entreprises, les médias ainsi que les fédérations professionnelles dans des opérations de communication structurantes pour leur secteur d'activité.*

*L'agence est experte dans la création de Grands Prix professionnels avec notamment le Grand Prix du Brand Content, qui a fêté sa 8<sup>ème</sup> édition en 2017.*



**GRAND PRIX**  
**D**ATA &  
**RÉ**ATIVITÉ

## CONTEXTE

**Il est grand temps de réconcilier créativité et performance!** Une bonne publicité n'est plus forcément celle qui rassemble le plus grand nombre... À l'ère du digital, elle serait plutôt celle qui tient compte des singularités de chacun.

L'EXPÉRIENCE PUBLICITAIRE EST EN PERMANENCE RENOUVELÉE, RÉINVENTÉE, ENRICHIE GRÂCE À LA DATA.

**La publicité doit aujourd'hui apporter une véritable valeur ajoutée** car elle fait partie intégrante de l'expérience client. La multiplication des formats et des technologies, les nouveaux métiers et services, les nouveaux modes opératoires poussent les marques à innover.

**L'intégration de la data dans la chaîne de valeur est une constante**, en amont pour affiner la réflexion et détecter les insights pertinents, pendant pour concevoir la création, personnaliser les contenus, diffuser les messages et en aval pour en mesurer l'efficacité.

Avec les données situationnelles (géolocalisation, météo...), les données annonceurs (DMP, CRM...), les données utilisateurs ou éditeurs (contenu des pages visitées, native ads...) et données tierces, la création est plus que jamais évolutive et mesurable.

LA CONNAISSANCE CLIENT, LA LOGIQUE DE MARKETING À LA PERFORMANCE, LA PROFUSION DE DATA ET DE NOUVELLES TECHNOLOGIES SONT DES LEVIERS AU SERVICE DE LA CRÉATIVITÉ.



# OBJECTIFS DU GRAND PRIX

## **L'OBJECTIF DE CE 1<sup>ER</sup> GRAND PRIX DATA & CRÉATIVITÉ EST DE :**

- 1- Réconcilier data et créativité** en présentant à tout l'écosystème les stratégies marketing les plus innovantes et les plus performantes.
- 2- Récompenser les campagnes les plus créatives et efficaces** où la Data et/ou la Tech :
  - Renforcent l'efficacité
  - Renforcent la pertinence du message
  - Renforcent l'expérience client
- 3- Pour mettre à l'honneur** les agences, les annonceurs et les acteurs de la tech.

# QUI PEUT CONCOURIR ?

## **Peuvent déposer des dossiers de candidatures :**

- Les agences de Publicité
- Les agences de marketing relationnel
- Les agences data-driven
- Les agences média
- Les régies
- Les annonceurs
- Les acteurs de la tech

# LES CRITÈRES

## **L'utilisation pertinente de la Data dans :**

- La stratégie mise en œuvre
- La créativité
- L'innovation
- Les résultats et la performance au regard des objectifs

# LE JURY

**Le jury attribuera un Prix et une Mention par catégorie, puis parmi ces Prix, le Grand Prix.** Il pourra être amené à reclasser un dossier dans une catégorie.

## **Deux réunions de jury sont prévues :**

- Lors de la première réunion, le jury sera amené à voter pour tous les dossiers en compétition et attribuera les Prix et Mentions par catégorie.
- Lors de la seconde réunion, les lauréats de chacune des catégories seront invités à venir soutenir leur dossier devant les membres du jury pour l'attribution du Grand Prix Data et créativité.

**RÉUNIONS DE JURY – OCTOBRE 2017.**



# PROMOTION DES RÉSULTATS

**Le palmarès du Grand Prix Data et Créativité sera dévoilé lors d'une soirée de remise de Prix** réunissant les grandes associations professionnelles, les agences, les annonceurs, les médias, les régies et les acteurs de la Tech.

## **Le Grand Prix Data & Créativité sera largement médiatisé dans :**

- CB News
- INfluencia
- Le JDN

La création d'un observatoire permettra **d'analyser les meilleures stratégies marketing et campagnes de communication s'appuyant sur la data et la technologie**. Il permettra de détailler les mécaniques du succès, présenter aux professionnels un benchmark annuel des meilleures pratiques du marché et en décrypter les tendances - Iligo (Olivier Goulet).

## **LES CATÉGORIES**

### **Grande consommation**

- DC\_A1** Exploitation créative de la data dans une campagne de communication
- DC\_A2** Exploitation créative de la data au service de la relation client

### **Retail / distribution**

- DC\_B1** Exploitation créative de la data dans une campagne de communication
- DC\_B2** Exploitation créative de la data au service de la relation client

### **Services (para) publics**

- DC\_C1** Exploitation créative de la data dans une campagne de communication
- DC\_C2** Exploitation créative de la data au service de la relation client

### **Banque / assurance / téléphonie**

- DC\_D1** Exploitation créative de la data dans une campagne de communication
- DC\_D2** Exploitation créative de la data au service de la relation client

### **Beauté / mode / textile**

- DC\_E1** Exploitation créative de la data dans une campagne de communication
- DC\_E2** Exploitation créative de la data au service de la relation client

### **Automobile**

- DC\_F1** Exploitation créative de la data dans une campagne de communication
- DC\_F2** Exploitation créative de la data au service de la relation client

### **Entertainment / tourisme / voyage / loisirs / sport / mobilité**

- DC\_G1** Exploitation créative de la data dans une campagne de communication
- DC\_G2** Exploitation créative de la data au service de la relation client



## COMMENT PARTICIPER ?

### **Les entreprises peuvent présenter des campagnes réalisées entre janvier 2016 et septembre 2017.**

- Ouverture des inscriptions à la compétition **à partir du mois de juin 2017.**
- Clôture des inscriptions : **le vendredi 29 septembre 2017**
  - Aucun délai supplémentaire ne sera accordé –

### **Le dossier de candidature est à renvoyer**

- **soit à l'adresse suivante :**

*Mention obligatoire sur chaque envoi*

#### **GRAND PRIX DATA ET CRÉATIVITÉ**

PRACHE MEDIA EVENT

A l'attention de Laura OTTENGA

7, rue Piccini - 75116 Paris

- **soit par e-mail à l'adresse suivante :**

[laura@prachemediaevent.fr](mailto:laura@prachemediaevent.fr)

### **Il devra contenir les éléments suivants :**

- Les fiches techniques 1 et 2 en deux exemplaires sans aucun recto verso ni agrafe
- Le matériel technique
- Le descriptif détaillé des éléments techniques fournis

## PRÉSENTATION DU MATÉRIEL TECHNIQUE À FOURNIR

UN SUPPORT PAR OPÉRATION : **CLÉ USB** OU **CD PC** OU **LIEN PAR MAIL.**

### **Éléments à fournir :**

- Vidéo explicative - case study (2 min max) fichier d'extension .mov ou .mp4.
- Images : format jpeg 1024 x 768 pixels, 72 dpi. 3 visuels max par opération

### **Éléments optionnels :**

- Documents papier : 10 exemplaires de chaque document présentés (dossiers et Communiqués de presse)
- Audio : fichier mp3

**AUCUN LOGO AGENCE SUR LES VIDÉOS OU IMAGES.**

**Merci de bien respecter les formats demandés.**



# FICHE TECHNIQUE N°1

**NOM DE L'OPÉRATION :** .....

**CODE CATÉGORIE SÉLECTIONNÉE** (cf. page 5) : .....

## **Personne responsable du dossier de candidature**

Raison sociale : .....

Nom du responsable : .....

Fonction : .....

Adresse / CP / Ville : .....

Téléphone / mobile : .....

E-mail : .....

## **Présentation de la marque, annonceur**

Raison sociale : .....

Nom du responsable du projet : .....

Fonction : .....

Adresse / CP / Ville : .....

Téléphone / mobile : .....

E-mail : .....

## **Présentation des entreprises intervenantes :**

### **Entreprise 1**

Raison sociale : .....

Nom du responsable du projet : .....

Fonction : .....

Adresse / CP / Ville : .....

Téléphone / mobile : .....

E-mail : .....

### **Entreprise 2**

Raison sociale : .....

Nom du responsable du projet : .....

Fonction : .....

Adresse / CP / Ville : .....

Téléphone / mobile : .....

E-mail : .....

### **Entreprise 3**

Raison sociale : .....

Nom du responsable du projet : .....

Fonction : .....

Adresse / CP / Ville : .....

Téléphone / mobile : .....

E-mail : .....



## FICHE TECHNIQUE N°2

**NOM DE L'OPÉRATION :** .....

**CODE CATÉGORIE SÉLECTIONNÉE** (cf. page 5) : .....

**DISPOSITIF DATA MARKETING UTILISÉ** (choix multiples) :

- Exploitation créative de la data sur les plateformes digitales
- Exploitation créative de la data sur les réseaux sociaux
- Exploitation créative de la data sur mobile
- Exploitation créative de la data en vidéo
- Exploitation créative de la data dans un dispositif TV
- Exploitation créative de la data dans un dispositif OOH
- Exploitation créative de la data dans un dispositif print
- Dispositif omnicanal s'appuyant sur la data

Merci d'accentuer les explications du dispositif, du contenu ainsi que les résultats.  
La fiche doit être remise en double exemplaire pour chaque opération présentée.  
Elle ne devra pas dépasser 2 pages.

**POUR CHAQUE CAMPAGNE INSCRITE, MERCI DE NOUS FOURNIR UN BRIEF DÉTAILLÉ :**

### **Le problème posé**

Brief annonceur

### **La stratégie mise en œuvre**

- 1- Stratégie Marketing
- 2- Stratégie de ciblage
- 3- Type de data exploitée - Source/provenance de la data
- 4- Dispositif ou solution technologique d'intégration et d'exploitation de la donnée (logiciel de création automatique ?)
- 5- Quelles équipes, quels partenaires et quelles solutions technologiques sont intervenues sur la mise en œuvre de la campagne ?
- 6- Quel mode de communication (Pub, marketing relationnel, événementiel, RP...) ?

### **La réponse Data et Créativité**

*Expliquer comment la data est intervenue dans le processus créatif (avant, pendant, après)*

- 7- Utilisation de la data dans la recherche d'insights, dans le planning stratégique (screening social, verbatim...)
- 8- Exploitation de la data pour le ciblage ?
- 9- Utilisation de la data ou de la technologie dans le dispositif ? Est-ce que le dispositif créatif exploite la data (exploitation de la météo ? Reconnaissance faciale ? Quel niveau de personnalisation ? ...)
- 10- Exemples de création et de messages

### **Les résultats**

- 11- Budget engagé (en pourcentage ou en valeur absolue)
- 12- Mesures de l'efficacité de la campagne (ROI par support, par cible...)





# DEMANDE DE PARTICIPATION

DEMANDE DE PARTICIPATION

SOCIÉTÉ (À FACTURER): .....

ADRESSE: .....

CODE POSTAL / VILLE: .....

RESPONSABLE DE L'ENVOI DES ÉLÉMENTS: .....

TÉLÉPHONE / MOBILE : .....

E-MAIL: .....

SECTEUR D'ACTIVITÉ: .....

FRAIS D'INSCRIPTION (650 € HT) ..... €

FRAIS DE PARTICIPATION (500 € HT par dossier)

Dossiers ..... x 500 € ..... €

TOTAL HT = ..... €

TVA 20 % = ..... €

**TOTAL TTC\*** = ..... €

*\*Frais d'inscription + Frais de participation (multiplié par le nombre de dossiers).*

Votre règlement doit être joint **impérativement** à cette commande. Nous ne pourrons pas prendre en considération les participations non accompagnées de leur règlement. En aucun cas, une inscription ne pourra être annulée ou retirée de la compétition après **la date de clôture, fixée au vendredi 29 septembre 2017.**

Chèque établi à l'ordre de : **PRACHE MEDIA EVENT.**

L'entreprise déclare être propriétaire des droits de toute nature permettant la reproduction de sa ou ses réalisation(s) présentée(s) dans tout support papier ou numérique édité par l'organisateur et garantie à cet effet.

Je reconnais avoir pris connaissance des conditions de participation.

SIGNATURE DU RESPONSABLE

CACHET DE LA SOCIÉTÉ

