



Media Awards 2020

RÈGLEMENT





Media Awards 2020

Règlement du concours Media Awards 2020

1 Objectif

Identifier, faire connaître et récompenser les meilleures créations publicitaires développées par ou pour les entreprises et institutions luxembourgeoises. Dresser un état des lieux bisannuel du secteur et stimuler le marché par la médiatisation des meilleures pratiques luxembourgeoises.

2 Catégories

- TV/Cinéma
- Radio
- Digital
- Presse
- Presse B2B
- Cross-Média
- Native Advertising
- Première campagne
- OOH/DOOH

La catégorie « Cross-Média » accepte les concepts de communication ayant été déclinés sous différents formats, correspondant à **au moins trois des sept autres catégories**. Les publicités présentées dans cette catégorie et qui ne seraient pas récompensées par un Gold, Silver ou Bronze participeront automatiquement à leur catégorie correspondante.

Une campagne inscrite dans la catégorie Cross-Média ne pourra pas être inscrite dans les catégories médias individuelles. Ex. : si une campagne cross-média est composée des catégories TV/Cinéma, Presse et Radio, elle ne pourra pas être inscrite dans ces catégories-là.

3 Organisateur responsable

Les « Media Awards 2020 » sont organisés par **Paperjam Club**, un service de Maison Moderne™ – MM Publishing and Media S.A. (enregistrée au registre de commerce sous B0095211), et **RTL Luxembourg**, une division de la CLT-UFA S.A. (enregistrée au registre de commerce sous B 6139).

4 Jury

Les organisateurs nommeront les membres du « jury » dont son président. Les membres seront des experts nationaux et internationaux. Les décisions du jury sont prises en toute autonomie, et sont sans appel et sans recours. Elles sont prises dans le respect du règlement.

5 Prix

Par catégorie, le jury retiendra jusqu'à 10 publicités parmi l'ensemble des publicités inscrites. Il classera trois publicités parmi ces 10 en niveau Gold, Silver ou Bronze.

Ces niveaux seront le reflet de la qualité des publicités.

Les catégories Digital, Radio, TV / Cinéma, OOH / DOOH et Presse seront également soumises à un vote sur internet (www.media-awards.lu) pour un « Prix du Public ».

Il n'y a pas de récompense financière attribuée aux gagnants du concours.



Media Awards 2020

6 Planning et déroulement

- Soumission des inscriptions et dépôt des fichiers jusqu'au **vendredi 18 octobre 2019, 17 h 00**
- Mise au vote du public : **mi-décembre 2019**
- Cérémonie de remise des prix, annonce des prix Gold, Silver, Bronze et Prix du Public : **mercredi 5 février 2020**
- Présentation des nominés et des lauréats dans le magazine *Paperjam* (édition mars 2020, parution fin février 2020) et sur le site *Paperjam.lu*, ainsi que dans les émissions de *RTL Télé Lëtzebuerg* et sur *RTL.lu*.

7 Participants

Les publicités doivent avoir été développées par et / ou pour des personnes morales (sociétés, administrations, associations, ONG, etc.) établies au Luxembourg. Autrement dit, l'un des deux intervenants (client ou fournisseur) doit être établi au Grand-Duché de Luxembourg. Le client comme le fournisseur peuvent soumettre leurs publicités. Dans le cadre de publicités réalisées par une seule personne morale (par un département spécialisé), le participant est alors considéré à la fois comme client et comme fournisseur. Ces publicités sont donc éligibles au concours.

8 Créations

Sont admises au concours **les créations originales**.
Sont exclues du concours :

- Les campagnes de communication internationales, dont le concept est né à l'étranger et pour lesquelles la déclinaison pour le marché luxembourgeois est limitée à des éléments mineurs (dates, adresses...). Le cas échéant, si la création intègre des éléments conçus à l'étranger, les participants devront le préciser et les organisateurs jugeront si la création est éligible au concours.
- Les campagnes d'autopromotion, autrement dit :
 - de la publicité pour un support dans ce même support,
 - de la publicité pour un support dans un support du même groupe.
Exemple : une publicité Paperjam dans Delano; une publicité Eldorado sur RTL.lu

9 Supports de diffusion

Les publicités déposées doivent avoir été diffusées sur au moins un support éligible.

Pour toutes les catégories :

- le support doit disposer d'un **tarif publicitaire officiel et public**,
- le siège de la société propriétaire du support doit être situé sur le territoire du **Grand-Duché de Luxembourg**,
- le support doit être **principalement destiné aux résidents** du Grand-Duché de Luxembourg.

A l'exception des réseaux sociaux, en ce qui concerne la déclinaison de la campagne digital (elle-même diffusée obligatoirement sur une application ou site luxembourgeois).



Media Awards 2020

10 Détail sur les différentes catégories

10.1 Détails sur les supports de la catégorie Digital

Une campagne digitale devra, pour être acceptée, obligatoirement avoir été diffusée sur un site web ou web mobile luxembourgeois avec une publicité correspondant à un de ces formats :

- leaderboard ;
- IMU ;
- skyscraper ;
- overlayer ;
- splash page ;
- half page ;
- billboard ;
- wallpaper ;
- monsterboard ;
- toute publicité composée par ces formats.

Pour la publicité sur les applications mobiles, les formats publicitaires éligibles sont les suivants :

- banner,
- splash page,
- IMU.

L'éligibilité de tout autre format sera laissée à l'appréciation des organisateurs.

Pour la publicité sur le web comme sur les applications mobiles, les différentes déclinaisons de ces formats, selon la taille et l'activation de l'expand, sont également considérées comme éligibles.

Les candidats sont libres d'ajouter également les déclinaisons de la campagne sur les réseaux sociaux, même non luxembourgeois (sous forme de captures d'écran en précisant le nom du réseau social et la période de diffusion). L'ensemble de la campagne sera alors pris en compte dans le cadre de l'évaluation du jury.

Sont exclus du concours :

- les micro-sites ou sites créés pour une campagne ponctuelle ou pour une marque / enseigne ;
- les publicités de type mots-clés ou autres liens sponsorisés ;
- les opérations d'e-mailing, les newsletters.

Un spot vidéo inscrit dans la catégorie TV/Cinéma ou DOOH ne pourra être repris dans une publicité dans la catégorie Digital.

Les participants devront fournir le matériel de la publicité web qui participe au concours (qui remplit donc les conditions d'éligibilité en tant que format et support) et, le cas échéant, les éléments visuels des pages web / web mobile vers lesquelles le lien inséré dans le format publicitaire renvoie (ex. : landing page, page d'un site internet...), ainsi que des captures d'écran des diffusions sur les réseaux sociaux et la période de diffusion correspondante.

10.2 Détails sur les supports de la catégorie Radio

Sont exclus du concours :

- les webradios

10.3 Détails sur les supports de la catégorie TV / Cinéma

Sont exclus du concours :

- les créations diffusées sur les sites internet de diffusion vidéo,
- les créations diffusées sur les sites de réseaux sociaux,
- les créations diffusées sur les web TV,
- les bandes-annonces de films,
- un spot vidéo inséré dans un format publicitaire inscrit dans la catégorie Digital ne pourra pas être repris dans la catégorie TV / Cinéma.

10.4 Détails sur les supports des catégories Presse et Presse B2B

Sont exclus du concours :

- les opérations de mailing,
- les supports diffusés de manière jointe à une publication (leaflets sous blisters, encarts, autocollants sur les couvertures...). Les post-it et autres éléments ajoutés à une couverture et renvoyant vers une publicité dans le support peuvent être pris en compte.



Media Awards 2020

10.5 Détails sur les supports des catégories OOH/DOOH

Pour l'OOH

Les formats standards sont acceptés, par exemple : les abribus, les abris situés aux arrêts de tram, les publicités situées à l'extérieur des bus (demi-full back, flanc de bus...), les réseaux d'affiches dans les restaurants / les WC..., les affichages suspendus (ex. : Kinopolis, aéroport...).

Sont exclus du concours :

- les actions de street marketing, dont les distributions de flyers dans les bus ;
- les stands, les caddies, les sets de table, les sous-verres... ;
- les publicités situées à l'intérieur des bus ;
- ...

Pour le DOOH

Les réseaux de diffusion ou les écrans à l'unité sont acceptés.

La reprise à l'identique ou juste une adaptation minimale, avec par exemple le simple ajout d'un packshot en intro ou en outro d'une vidéo diffusée dans la catégorie TV/Cinéma ou Digital, ne sera pas acceptée. La création devra être spécifiquement adaptée à une diffusion DOOH.

Étant donné la diversité des formats existants, ces listes de formats acceptés et non acceptés ne sont pas exhaustives. Pour tout cas particulier, les organisateurs aviseront et informeront les candidats.

Cette catégorie sera soumise au vote du public.

10.6 Détails sur les supports de la catégorie Première campagne

Le but est de récompenser un annonceur qui communique pour la première fois au Grand-Duché de Luxembourg. La campagne devra avoir été diffusée sur l'un ou plusieurs des médias répondant aux critères de catégories du concours. Est considérée comme la première campagne d'un annonceur :

- une campagne réalisée pour un annonceur qui n'a encore jamais communiqué au Grand-Duché de Luxembourg ;
- une campagne pour une nouvelle enseigne (même si elle appartient à un groupe qui a déjà communiqué avec d'autres enseignes).

Sont exclu(e)s du concours les nouveaux produits ou nouvelles marques qui sont attribué(e)s à un annonceur qui communique déjà.

Un seul prix sera remis par le jury dans cette catégorie et elle ne sera pas soumise au vote du public. Un projet inscrit dans la catégorie Première campagne ne pourra pas être inscrit dans les catégories médias individuelles. Ex. : si un projet Première Campagne est composé des catégories TV/Cinéma, Presse et Radio, il ne pourra pas être inscrit dans ces catégories-là. Ces créations ne pourront pas postuler dans les autres catégories.

10.7 Détails sur les supports de la catégorie Native Advertising

Cette catégorie concerne du Native Advertising print et digital.

Une publicité Native Advertising devra, pour être acceptée, obligatoirement avoir été diffusée dans un magazine ou sur un site web ou web mobile d'un media luxembourgeois.

Elle aura été harmonisée avec le contenu éditorial classique sur lequel elle apparaît. Elle pourra apparaître sous la forme d'un article, d'une vidéo ou d'une picture report avec l'intention spécifique de promouvoir un produit, tout en respectant la mise en forme et le style spécifiques du support.

Dans la catégorie Native Advertising, les formats publicitaires éligibles sont les suivants :

- article ;
- vidéo ;
- interview ;
- picture report.

Sont exclus du concours :

- les banners ;
- les pages publi-rédactionnelles ;
- les IMU.

Étant donné la diversité des formats existants, ces listes de formats acceptés et non acceptés ne sont pas exhaustives. Pour tout cas particulier, les organisateurs aviseront et informeront les candidats.

Cette catégorie sera soumise au vote du public.



Media Awards 2020

11 Période de diffusion

Les candidats certifient que toutes les publicités inscrites ont été diffusées pour la première fois entre le mardi 17 octobre 2017 et le vendredi 18 octobre 2019.

12 Droits d'auteur

Les participants déclarent être les auteurs de la publicité inscrite et être titulaires des droits d'auteur pour tout élément constitutif des publicités (musique, photo, extrait).

13 Évaluation par le jury

A. Restrictions

Si un membre du jury était exposé à un conflit d'intérêts avec une publicité inscrite au concours, il ne participera pas à l'évaluation de cette publicité.

B. Critères d'évaluation pour le jury

pour l'ensemble des publicités inscrites :

- pertinence : l'adéquation de la réponse à la problématique du client,
- innovation : l'originalité de la démarche et / ou de la solution,
- réalisation : la qualité de l'exécution de la publicité.

Les décisions du jury sont prises en toute autonomie, et sont sans appel et sans recours.

14 Inscription

Les soumissions de projets se feront en ligne via le site www.media-awards.lu. Une soumission est valable pour une campagne publicitaire dans une catégorie du concours.

Les soumissions doivent nous parvenir au plus tard **le vendredi 18 octobre 2019 à 17 h 00**.

Les visuels et fichiers multimédias des fiches de participation devront être téléversés conformément aux renseignements techniques indiqués sur le site du concours.

Dans chaque catégorie, le participant peut remettre jusqu'à 3 supports d'une même campagne (par exemple, dans la catégorie Radio : jusqu'à 3 spots réalisés pour la même campagne, ou pour la catégorie Presse : jusqu'à 3 visuels différents d'une campagne presse). Pour la catégorie Cross-Média, le participant pourra remettre jusqu'à 3 supports pour chacune des catégories dans laquelle la campagne a été déclinée. Ces 3 supports seront présentés au jury pendant la réunion de délibération. Si la campagne est nominée, les 3 créations seront visibles pour le vote du public. Concernant la communication des Media Awards 2020, l'organisation pourra choisir librement quel(s) support(s) sera / seront repris pour illustrer la campagne.



Media Awards 2020

15 Frais d'inscription par projet

A. Pour les sociétés membres du Paperjam Club

Aucun frais (inclus dans le membership).

B. Pour les sociétés non membres du Paperjam Club

- 150 € par soumission de projet (1-3 projets)
- 125 € par soumission de projet (4-10 projets)
- 100 € par soumission de projet (11 projets et +)

Le virement du montant total est à effectuer sur le compte de MM Publishing and Media S.A. (IBAN LU87 0019 1655 8851 4000, BIC BCEELULL) avec la mention « Nom du candidat + nombre de projets + Media Awards 2020 ». Une facture acquittée sera envoyée par la suite. En aucun cas les frais d'inscription ne sont remboursables.

16 Cérémonie de remise des prix

La cérémonie de remise des prix aura lieu le **mercredi 5 février 2020** à la **Halle Victor Hugo (Luxembourg)**.

17 Acceptation du présent règlement

Par leur simple participation au concours, les participants acceptent l'ensemble des clauses du présent règlement. Toutes les éventuelles difficultés quant à l'application du règlement feront l'objet d'une interprétation souveraine de la part des organisateurs.