

## REGLEMENT DU CONCOURS

### «CANNES LIONS – AD Fight»

#### **Article 1 :**

FIGAROMEDIAS, SAS au capital de 9.143.276,00 euros, dont le siège est, 9, rue Pillet-Will, 75009 Paris, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le numéro 552 037 244, représentée par Aurore DOMONT, en sa qualité de Président (ci-après MEDIA.figaro »), organise du 23 juin au 13 décembre 2016, minuit, un concours intitulé «Cannes Lions - AD Fight».

#### **Article 2 :**

Ce concours gratuit et sans obligation d'achat, est ouvert à tout annonceur accompagné de son agence conseil en communication référente, résidant en France métropolitaine ou à l'étranger, susceptible d'acheter de l'espace publicitaire dans un média, à l'exclusion des membres de la société organisatrice qui s'interdisent d'y participer directement ou indirectement, par l'intermédiaire notamment de leurs familles (ascendants, descendants, conjoints) et des agences Médias.

Une seule demande par annonceur sera acceptée. Toute participation multiple rendra nulle et non avenue la participation de l'entité juridique elle-même.

#### **Article 3 :**

Le concours est annoncé comme suit :

- le 6 juin 2016 par un mail personnalisé, adressé aux clients préexistants et clients prospects (personnes morales) de MEDIA.figaro ;
- le 10 juin 2016 par courrier postal personnalisé ;
- le 23 juin 2016 à 16h30 par Aurore Domont à Cannes, au French Camp, Plage le Goéland, Boulevard de la Croisette, à l'occasion du Festival Cannes Lions ;
- les 22 et 23 juin 2016 sur les réseaux sociaux Twitter et Facebook sous forme de posts sponsorisés ;
- le 27 juin 2016, sous forme d'un manifesto, publié en annonce presse dans les médias B2B tels que CB News, Stratégies, Le Figaro médias & publicités.

Il est précisé que Facebook, Twitter et LinkedIn ne sont pas les organisateurs et/ou les parrains du concours et par conséquent ne peuvent être tenus pour responsable en cas de problème lié au concours. Les données personnelles collectées lors du concours sont destinées à la société organisatrice.

Principe du concours : s'inscrire sur le site Internet [www.media.figaro.fr/adfight](http://www.media.figaro.fr/adfight) (une équipe représentant l'annonceur et/ou son agence conseil) et réaliser une création qui sera sélectionnée par un jury composé d'agences créatives, d'agences média et d'annonceurs.

#### **Article 4 :**

Pour concourir, les participants doivent :

1. S'inscrire sur le site [media.figaro.fr/adfight](http://media.figaro.fr/adfight) entre le 23 juin 2016 et le 30 septembre 2016.
2. Réaliser une création selon les modalités ci-dessous :

#### **Modalités :**

Ce concours porte sur des projets 100% digitaux.

La création doit être sous format numérique :

- Une présentation PowerPoint en PDF de 7 slides.
- Cette présentation devra notamment détailler le sujet, la cible et l'idée stratégique principale du projet.
- L'ajout de vidéos grâce à un lien YouTube est également autorisé.
- Le dossier devra être envoyé sur la plateforme dédiée [www.media.figaro.fr/adfight](http://www.media.figaro.fr/adfight)

Un workshop par candidature sera organisé par les équipes commerciales de MEDIA.figaro pour accompagner les candidats dans la réalisation de leur projet créatif, dans les bureaux de MEDIA.figaro à Paris, entre le 1<sup>er</sup> et le 29 septembre 2016. L'inscription au workshop se fait sur le site internet précité. L'équipe de MEDIA.figaro sera notamment composée de professionnels du marketing, des études, du digital, des opérations spéciales, et d'une « tête pensante ». La réservation du workshop se fera sur le site web dédié.

Une adresse mail : [adfight.coordinator@media.figaro.fr](mailto:adfight.coordinator@media.figaro.fr) sera disponible pour tous renseignements.

Les participants doivent envoyer leurs créations sur le site web précité avant le 30 septembre 2016.

Notation des dossiers :

Après la réception de tous les dossiers, le jury attribuera une note à chaque participant selon les critères de jugement énumérés ci-dessous :

#### **> L'inventivité de la stratégie des moyens (dispositif = 50%)**

- Puissance et complémentarité (20%)
- Capacité des touchpoints à créer un parcours / une expérience (20%)
- utilisation inattendue d'un levier (10%)

#### **> La créativité du contenu développé sur chaque support (création = 50%)**

- force du message (20%)
- originalité et force de l'idée créative (20%)
- pertinence du déploiement de la campagne sur les différents canaux (10%)

Le jury en charge de la notation sera composé d'une dizaine de personnalités du secteur et/ou du Club des Annonceurs, UDA, UDECAM et/ou AACC et présidé par Monsieur Vincent Leclabart, président de l'agence Australie:

Liste indicative des membres du Jury, susceptible d'évoluer :

- Vincent Leclabart / Agence Australie
- Aurore Domont / MEDIA.Figaro
- Alain Steinman / JDN

En cas d'égalité, la notation du président du Jury, Monsieur Leclabart, comptera double. Les dossiers sont classés par ordre décroissant en fonction de leur note.

Une fois les notes attribuées, l'annonce des résultats se fera en deux temps :

- 1) Seront annoncés dans un premier temps, le 7 novembre 2016, les 5 premiers dossiers du classement.

Ces 5 dossiers seront annoncés sur le site web et par mail personnalisé. Pour les récompenser, MEDIA.figaro leur offre le montage d'un « cas vidéo » sur leur projet, qui devra être réalisé et envoyé à MEDIA.figaro d'ici la remise du prix au vainqueur et envoyé.

La vidéo sera réalisée en collaboration avec une agence, prestataire habituel de MEDIA.figaro et choisie par elle.

La vidéo, d'une longueur de deux minutes maximum, mettra en images le travail fourni par le candidat pour son projet dans le concours.

Il est entendu que les participants cèdent à FigaroMédias l'ensemble des droits de reproduction du « cas vidéo » nécessaires à l'exploitation, sur tous supports et pour une durée de 3 ans. Les participants ne pourront utiliser le « cas vidéo » que sur leur site institutionnel.

Les notes des participants seront envoyées sur simple demande par mail à l'adresse [adflight.coordinator@media.figaro.fr](mailto:adflight.coordinator@media.figaro.fr)

- 2) Le dossier vainqueur (celui ayant reçu la meilleure note) ne sera annoncé que dans un second temps, lors de la soirée de remise des prix à Paris qui se tiendra au mois de décembre 2016.

Tous les participants sont invités à la soirée de remise des prix.

Les 5 cas vidéo réalisés par les 5 meilleurs dossiers seront montrés pendant la soirée, comme illustration du travail fourni par les participants pendant le concours.

Les finalistes ne pouvant se rendre à cette invitation devront en informer dans les plus brefs délais la société organisatrice.

Le déplacement à la remise du prix est à la charge des participants.

### **Autorisation de publication :**

Les créations doivent obligatoirement respecter les conditions imposées par le présent concours et être conformes aux dispositions légales en vigueur. Elles ne doivent notamment pas porter atteinte à l'ordre public et aux bonnes mœurs. Dans le cas contraire, les créations seront automatiquement écartées du concours.

Chaque participant en tant qu'auteur de la/les création(s) soumise(s) et titulaires des droits de propriété littéraire et artistique attachés à la/les création(s), consent, comme condition de validité de sa participation au concours, à ce que la/les création(s) soi(en)t diffusée(s), reproduite(s) et publiée(s) sur les sites Internet de la société organisatrice et s'engage à signer, à première demande de la société organisatrice, une autorisation de publication et d'utilisation de sa/ses création(s) dans le cadre et pour les besoins du présent concours reproduite en annexe.

### **Article 5 :**

Le gagnant du concours sélectionné par le jury se verra attribuer le lot mentionné à l'article 7 ci-dessous.

### **Article 6 :**

La société organisatrice se réserve le droit d'écourter, de prolonger ou d'annuler le présent concours, si les circonstances l'exigent, et notamment en cas de force majeure, sans que sa responsabilité ne puisse être engagée de ce fait.

En cas de nécessité, la société organisatrice se réserve le droit de modifier le présent règlement et d'en informer les participants par courrier ou par voie de presse/internet.

### **Article 7 :**

Ce concours est doté des lots suivants :

1-Pour les 5 meilleurs dossiers : un « cas vidéo » dont le montage sera pris en charge par le prestataire habituel de MEDIA.figaro d'une valeur unitaire approximative de 5.000 euros HT.

2-Pour le vainqueur :

- 2,5 millions d'euros bruts d'achat d'espace nécessaire à réaliser sa création sur les médias digitaux commercialisés par MEDIA.figaro,
- un post-test, d'une valeur approximative de 15.000 euros HT
- la vidéo déjà acquise par le 1<sup>er</sup> lot

Ces lots ne peuvent être utilisés que pour la campagne ayant été récompensée par le concours.

Ils sont à utiliser avant le 31 mars 2017.  
Le volume alloué sort de tout accord commercial existant.

Ces lots ne pourront être ni repris, ni échangés. Toute contestation des lots pour quelque raison que ce soit équivaldra à un refus définitif de ces derniers.

La société organisatrice se réserve le droit de substituer, à tout moment, aux lots proposés, un lot de nature et de valeur équivalente.

#### **Article 8 :**

Le présent règlement sera adressé gratuitement à toute personne qui en fait la demande en envoyant une lettre portant ses noms et adresse à l'adresse suivante : Concours Cannes Lions – AD Fight - Madame Aurore Domont, 9 rue Pillet-Will, 75009 Paris.

#### **Article 9:**

En participant au concours, les annonceurs reconnaissent expressément et acceptent que les noms et prénoms de leurs collaborateurs, leurs marques, logo et dénomination sociale, ainsi que le cas échéant, les vidéos et photos prises lors de la sélection par le jury et lors de la remise du prix puissent être reproduits et publiés par la société organisatrice du concours, pendant cinq ans, à titre gracieux, sur quelque support que ce soit, notamment à la télévision, dans la presse et sur les sites Internet de la société organisatrice, dans le monde entier, exclusivement dans le cadre d'actions publi-promotionnelles et/ou d'information du public concernant le présent concours ou d'autres concours similaires organisés par la société organisatrice.

#### **Article 10 :**

Tout participant reconnaît être informé de ce que les informations nominatives recueillies sont nécessaires pour sa participation au présent concours et font l'objet d'un traitement informatique. Le participant est informé qu'il bénéficie d'un droit d'accès et de rectification des données personnelles le concernant. Ce droit peut être exercé en écrivant à l'adresse mentionnée à l'article 10 du présent règlement. Il reconnaît être également informé que, sous réserve de son accord au moment de son inscription au concours et sauf avis contraire de sa part, ses coordonnées pourront être conservées par la société organisatrice et utilisées à des fins de prospection pour des produits ou services similaires proposées par la société organisatrice

#### **Article 13 :**

La participation à ce jeu implique l'acceptation pure et simple du présent règlement. Toutes contestations relatives à l'interprétation ou à l'application du présent règlement seront tranchées par la société organisatrice dans l'esprit qui a prévalu à la conception de l'opération. Aucune contestation ne pourra être formulée après le 31 mars 2017.

Le présent règlement a été déposé chez Maître AUGÉARD, Huissier de Justice, domicilié au 7, place Félix Eboué - 75012 PARIS.

Les deux attestations ci-joint sont à renvoyer signées à MEDIA.figaro par les 5 finalistes du concours.

## ATTESTATION

Je soussigné(e), \_\_\_\_\_ dûment habilité à représenter la société [nom de la société, adresse, RCS, etc.] \_\_\_\_\_,

déclare et garantit, par la présente,

- avoir participé au concours «Cannes Lions – AD Fight» organisé par Figaromédias du 23 juin 2016 au 17 novembre 2016, et réalisé dans ce cadre une création et le cas échéant une vidéo faites par la société,
- être l'auteur de la/desdites création(s) pour le/lesavoir créée(s) avec [préciser s'il y a lieu nom des participants à la création] et, par conséquent, être libre de signer la présente attestation,
- le cas échéant, avoir participé à la réalisation de vidéos pour l'évènement.

En conséquence de quoi, la société autorise par la présente la société organisatrice à reproduire, publier et archiver la création et/ou la vidéo sur son site accessible sur tout support digital et sur ses pages de réseaux sociaux, ainsi que de reproduire et publier les photos et vidéos dans tous autres documents publi-promotionnels diffusés sur tout support (tels que encart, magazines, dossiers de presse, affiches, programmes, catalogues, e-mailing), sous réserve que ces documents publi-promotionnels soient en relation directe avec le concours.

La présente autorisation est consentie à la société organisatrice, à titre gratuit et à titre exclusif, dans le monde entier, pour une durée de 36 mois à compter de la signature des présentes et ne constitue en aucun cas une obligation pour la société organisatrice de publier la création.

Pour faire valoir ce que de droit,

A Paris, le

## ATTESTATION

Je soussigné(e),  
domicilié(e) à ....., autorise sans réserve,  
par la présente, Figaromédias à filmer et/ou publier la ou les photos et/ou  
vidéos me représentant, réalisées dans le cadre du concours « Cannes Lions –  
AD Fight » qui aura lieu du 23 juin 2016 au 17 novembre 2016.

En conséquence, conformément aux dispositions légales relatives aux droits à  
l'image et au nom, j'autorise, par la présente, la société précitée, à reproduire  
et publier mon/mes nom et/ou image et/ou propos, dans tous les documents  
rédactionnels et/ou publipromotionnels diffusés sur tout support écrit (tels  
que parutions, magazines, dossiers de presse, affiches, programmes,  
catalogues) et/ou sur les sites Internet et/ou les pages des sites dans les  
réseaux sociaux appartenant à la société organisatrice, sous réserve que ces  
documents rédactionnels et/ou publipromotionnels soient en relation directe  
avec le concours « Cannes Lions – AD Fight ».

Ce droit d'utilisation est cédé à titre gracieux, dans le monde entier, pour une  
durée de 36 mois à compter du 23 juin 2016.

Fait à Paris, le

[signature précédée de la mention manuscrite « *Bon pour autorisation* »]