



GRAND PRIX 2012 PAPERJAM COMMUNICATION MARKETING.DESIGN

FICHE D'INSCRIPTION VOLET 1

SOUMISSION DES
PROJETS JUSQU'AU
10 OCTOBRE 2011
12:00

1. DONNÉES FOURNISSEUR (PERSONNE MORALE)

- A. Nom: _____
B. Responsable du dossier: _____
C. Téléphone du responsable: _____
D. E-mail du responsable: _____
E. URL du fournisseur: _____

2. NOM DU PROJET _____

(p.ex. "Client_keyword")

3. C'EST UN PROJET RÉALISÉ

Cocher uniquement ce qui concerne votre projet.

- par un fournisseur établi au Luxembourg
(RC: _____)
- pour un client établi au Luxembourg
(RC: _____)
- par un département interne d'une organisation établie au Luxembourg
(RC: _____)
- le fournisseur est une association momentanée avec au moins
un des partenaires établi au Luxembourg
(RC: _____)

4. DONNÉES CLIENT (PERSONNE MORALE)

- A. Nom: _____
B. Responsable du dossier: _____
C. Téléphone du responsable: _____
D. E-mail du responsable: _____
E. URL du fournisseur: _____

5. FRAIS D'INSCRIPTION:

- le fournisseur est membre de paperJam Business Club, pas de frais d'inscription
- le fournisseur soumet au total jusqu'à 3 projets: 150 € / projet
- le fournisseur soumet au total jusqu'à 10 projets: 125 € / projet
- le fournisseur soumet au total plus de 10 projets: 100 € / projet
- le fournisseur désire devenir membre de paperJam Business Club endéans la huitaine et bénéficier de la gratuité des frais d'inscription et d'un tarif préférentiel concernant les billets d'entrée à la cérémonie de prix



Inscription
uniquement
en ligne



**GRAND PRIX 2012
PAPERJAM COMMUNICATION
MARKETING.DESIGN**

**FICHE D'INSCRIPTION
VOLET 2**

SOUMISSION DES
PROJETS JUSQU'AU
10 OCTOBRE 2011
12:00

1. NOM DU PROJET _____

(identique au volet 1)

2. LE PROJET A-T-IL ÉTÉ DÉPOSÉ SUITE À

- une réponse à un appel d'offre
- un concours d'idées
- une commande directe
- autre: préciser _____

3. S'AGIT-IL:

- d'un nouveau client
- d'un client existant
- d'un ancien client non actif

4. S'AGIT-IL:

- d'une commande isolée
- d'un projet réalisé dans le cadre d'une collaboration établie
- autre: préciser _____

Les réponses 5,6 et 7 serviront de base à la rédaction du descriptif de votre projet dans une des éditions du magazine paperJam. Merci d'y accorder une attention particulière.

5. BRIEFING CLIENT

Décrivez – succinctement – la demande et la problématique du client (max. 1.000 signes)

6. SOLUTION FOURNISSEURS

Décrivez – succinctement – la solution apportée (max. 1.000 signes)

7. VALEUR AJOUTÉE

Quels avantages apporte votre solution au niveau business pour le client? (max 2.000 signes)

8. BUDGET MÉDIA _____

(Facultatif)

9. Oui, je désire aussi participer au prix "Campagne Grand Public Prix IMPACT par TNS ilres" (uniquement pour campagne avec première diffusion entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2011).



**Inscription
uniquement
en ligne**



GRAND PRIX 2012 PAPERJAM COMMUNICATION MARKETING.DESIGN

FICHE D'INSCRIPTION VOLET 3

SOUMISSION DES
PROJETS JUSQU'AU
10 OCTOBRE 2011
12:00

ANNEXES

Vous pouvez joindre des annexes visuelles à votre projet.

Nous avons besoins d'images illustrant les créations proposées. Il peut s'agir de visuels :

- des campagnes presse,
- des créations d'identités visuelles pour les parties non-audiovisuelles,
- de packshots ou photos prises du produit, de l'événement, de votre opération de street marketing, ...

Pour les éléments audiovisuels:

- Spots TV / cinéma: fichier MP4 et traduction du texte en français.
- Spots radios: fichier MP3 et traduction du texte en français.

Attention à la taille et la résolution de vos éléments visuels.

Si votre projet est sélectionné pour l'enquête TNS ilres (uniquement pour campagnes grand public), les formats exigés sont les suivants: jpeg (STANDARD – 72 DPI) pour les visuels, mp3 pour les spots radio, et video h.264 (640x385) pour les vidéos.

Attention, pensez à nous fournir également des images en haute résolution pour l'éventuelle utilisation dans le magazine paperJam. En effet, si le projet est retenu, il nous faut des visuels à 300 DPI, avec une hauteur minimale de 8 cm.

Les projets qui seront retenus dans la 2^e partie du Grand Prix paperJam pourront compléter leur dossier et soumettre au Jury des objets (imprimés, affiches, packagings, etc.), si le porteur de projet le juge nécessaire pour mieux comprendre les qualités du projet.

Vous pouvez nous envoyer les annexes de différents manières, selon leur nature.

MODES D'EMPLOI

Important: Cochez les cases qui correspondent au type de fichiers que vous allez joindre à la candidature.

MODE D'EMPLOI POUR LES ANNEXES AU FORMAT PDF

Si vos annexes sont des visuels, merci de nous les envoyer au format PDF, en pièce jointe dans un email adressé à gp_com@paperjam.lu

- 1 seul fichier de maximum 3 pages A4,
- le fichier doit être nommé sur le principe du «nomduprojet.pdf».

MODE D'EMPLOI POUR LES ANNEXES SUR CD-ROM OU DVD

Si vos annexes sont des extraits audio ou vidéo, merci de nous les envoyer sur CD-ROM ou DVD, par coursier ou courrier à:

Maison Moderne - Grand prix COM 2012

PO Box 728

L-2017 Luxembourg

Attention:

- un maximum de 4 fichiers,
- le support doit uniquement comporter le "nom du projet"
- les fichiers enregistrés doivent s'intituler "nom du projet_01", "nom du projet_02", ...

MODE D'EMPLOI POUR LES ANNEXES "EN LIGNE"

A. Sites internet, campagnes internet, communication mobile, ...:

indiquez sur cette page l'URL _____

B. En cas de protection du site, une clé temporaire

de tous les niveaux d'accès: _____

Inscription
uniquement
en ligne

*Tous les documents soumis deviennent
la propriété des organisateurs du concours
et ne peuvent être restitués.
www.grandprix.paperjam.lu*



OFFICE FREYLINGER

GRAND PRIX 2012 PAPERJAM COMMUNICATION MARKETING.DESIGN

PARTIE FACULTATIVE
PRIX SPÉCIAL
"PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE":

Le Prix Office Freylinger aura pour but de récompenser la meilleure pratique en matière de protection par la propriété intellectuelle d'un projet de communication ou marketing. Les concepts mis en œuvre dans ces projets sont des créations de l'esprit, et dès lors protégeables par les marques, les modèles et les droits d'auteur. Le but des questions ci-dessous est de déterminer quel est le niveau de recherches et de protection atteint par les différents projets. Le meilleur projet sera déterminé par la protection la plus adéquate, mais également par l'originalité des solutions mises en œuvre et le caractère distinctif du projet.

QUESTIONNAIRE: PLACE DE LA MARQUE DANS LE PROJET

1. QUEL EST VOTRE DOMAINE D'ACTIVITÉ:

2. QUEL EST POUR VOUS L'INTÉRÊT DE LA MARQUE :

A. pour le projet :

- crucial important
 peu important négligeable

B. pour ce type de produit :

- crucial important
 peu important négligeable

C. dans ce secteur d'activité :

- crucial important
 peu important négligeable

3. MÉTHODOLOGIE

A. Avez-vous développé une stratégie de protection de la propriété intellectuelle appliquée à tous les nouveaux projets ?

- Oui Non

B. Avez-vous une check-list des points à vérifier lors d'un nouveau projet ?

- Oui Non

4. RECHERCHES PRÉALABLES

A. Avez-vous effectué des recherches préalables :

- par vous même ?
 Oui Non
- par des tiers ?
 Oui Non
- sur Internet (google, yahoo ou autre moteur de recherche) ?
 Oui Non
- dans une base de données de marques ?
 Oui Non

5. DÉPÔTS

A. Avez-vous procédé (ou votre client a-t-il procédé) à un / plusieurs dépôts

- de marque ?
 Oui Non

- de modèle ?
 Oui Non

- de iDépôt ou autre moyen de dater des droits d'auteur ?
 Oui Non

B. Qu'avez-vous protégé :

- un nom (marque verbale) ?
 Oui Non
- une marque complexe (nom et logo) ?
 Oui Non
- un logo (dessin uniquement) ?
 Oui Non
- Si oui, à titre de marque ou de modèle ?

- _____
- une charte graphique ?
 Oui Non

C. Pourquoi avez-vous procédé à ce(s) dépôt(s):

- dans un but de protection ?
 Oui Non

- afin de bénéficier de l'article 50bis LIR offrant une exemption de 80% sur la cession et les revenus de marques et modèles ?
 Oui Non

Inscription
uniquement
en ligne