



# RÈGLEMENT DU CONCOURS 'SONIQ AWARD 2023'

## Organisation

Le Concours est organisé par l'Association Belge des Médias Audiovisuels (VIA), dont le siège social est situé au 2, boulevard Louis Schmidt à 1040 Bruxelles (ci-après dénommé 'l'Organisateur').

L'Organisateur se réserve le droit de reporter, modifier ou annuler le Concours parce que les circonstances l'exigent, sans que les participants puissent en retirer un quelconque droit au détriment de l'Organisateur.

## Conditions de participation

Le jury de professionnels média sera composé de participants issus d'agences créatives, de maisons de production, d'annonceurs et d'experts audio'. L'idée est d'obtenir une bonne représentativité sans pour autant appliquer de quotas. Le jury est constitué en concertation avec un président du jury qui est désigné par VIA. Ce jury décide pour tous les awards, en une seule séance, quels sont les dossiers qui obtiennent une nomination. Parmi ceux-ci, il choisit ensuite un lauréat. L'exception à cette règle est la catégorie 'Sonic Branding', où VIA et le président du jury établissent une short-list de 3 nominations.

## Dossiers

Dans toutes les catégories à l'exception de 'Sonic Branding' la soumission d'un dossier est obligatoire pour pouvoir concourir pour un prix. La participation et la soumission d'un dossier de candidature impliquent automatiquement que le candidat souscrit au présent règlement et aux mécanismes de fonctionnement et d'attribution des prix. Dans la catégorie 'Sonic Branding', aucun dossier n'est introduit, mais c'est VIA qui établit une long-liste sur base de l'input de ses membres et l'output du marché. VIA et le président du jury établissent une short-liste de 3 candidats et soumettent celle-ci au jury.

## Conditions de participation

La participation à ce Concours est entièrement gratuite.

La participation à ce Concours est exclusivement réservée aux agences de publicité, annonceurs, maisons de production ou agences media (ci-après dénommés 'Pétitionnaires').

La marque qui fait l'objet d'une participation doit être mentionnée et le propriétaire légitime doit être au courant de la participation de sa marque au présent Concours. L'Organisateur se réserve le droit de le contrôler.

Les conditions de prise en considération pour une nomination varient selon la catégorie.

## Prix 'Sonic Branding'

- Le branding sonore est appliqué concrètement sur plusieurs touchpoints, dont la radio.
- Le branding sonore a été utilisé en 2022 sur au moins 1 chaîne de radio belge (Nord ou Sud), avec au moins 20 spots. Vous trouverez la liste des chaînes en annexe.
- Le branding sonore peut être actif depuis plusieurs années déjà, mais doit avoir été utilisé par la marque en 2022 aussi, sans interruption pendant l'année ouvrable (pour lancer un nouveau branding – dans ce cas, seul le nouveau branding est éligible).



#### Prix 'Best Use of Radio'

- La radio a occupé une place essentielle, en 2022, dans le plan de communication de l'annonceur. Le point de départ est la MDB jan-oct 2022, en partant du principe que la radio s'octroie au moins 15 % des dépenses. Cette condition n'est pas exclusive, mais est bénéfique pour le case.
- La radio a été déployée au niveau national (Nord et Sud) (sauf si l'annonceur n'est actif que dans une seule région). La liste des radios considérées comme des chaînes de radio nationales belges se trouve au bas en annexe.
- Le participant est en mesure de présenter les preuves du succès de son approche (métriques à définir librement, telles que notoriété de campagne, de marque, chiffres de vente, etc.).

#### Prix 'Best Innovative Use of Audio'

- L'innovation a été appliquée concrètement dans le courant de l'année calendaire 2022.
- L'innovation n'avait encore jamais été appliquée en Belgique, mais peut avoir son origine à l'étranger.

#### Prix 'Best Branded Audio Content'

- Le contenu audio a été effectivement diffusé ou mis à disposition à la demande dans le courant de l'année civile 2022.
- L'initiative ne doit certainement pas être mise en œuvre au niveau national, mais peut avoir été menée dans 1 région.
- La démarche peut avoir son origine à l'étranger.
- Le dossier peut également être soumis dans la catégorie 'meilleure innovation', mais ici l'accent est mis sur la manière dont il est réalisé et dont la marque et le contenu se connectent bien – pas sur son caractère innovant.

Une participation n'est valide que lorsque le dossier a été uploadé. Après avoir uploadé, le Pétitionnaire recevra un mail de confirmation contenant un numéro de participation, qui servira de preuve de participation.

Un dossier n'est valide que si le formulaire d'inscription a été dûment complété. Ce document qui détaille le case compte maximum 3 pages A4, avec une taille de police minimale de 11 points.

#### Critères d'évaluation

Prix 'Sonic Branding'. Les points sont pondérés pour donner un résultat final.

- 25 % Unicité : dans quel mesure est-ce unique/reconnaissable ? Dans quelle mesure le développement réussit-il à saisir les valeurs de marque ?
- 25 % Cohérence (dans la largeur) : combien de touchpoints ? Dans quelle mesure l'application est-elle cohérente ?
- 25 % Déclinaisons : Comment la création s'adapte-t-elle aux différents touchpoints ? Ou encore, aux différents contextes ?
- 25 % Cohérence (dans le temps) : bilan en ce qui concerne l'utilisation cohérente dans le temps. Ici, il est tenu compte de la date d'introduction ; c'est-à-dire qu'à partir de cette date on étudie s'il y a cohérence. Le but est de ne pas désavantager les cases récents sur cette base.



Prix 'Best Use of Radio'. Les points sont pondérés pour donner un résultat final.

- 20 % Rôle de la radio par rapport à l'objectif de communication.
- 20 % Comment la radio a-t-elle été utilisée ? Formats tactiques, le choix des formats, ...
- 30 % Création : comment la communication a-t-elle été concrétisée ? Originalité. Créativité.
- 30 % Résultats : ROI du choix et des investissements en radio. Ceux-ci ont-ils été mesurés ? Résultats à court terme. Des résultats à long terme sont-ils mesurables ?

Prix 'Best Innovative Use of Audio'. Les points sont pondérés pour donner un résultat final.

- 25 % Historique et démonstration. Points de départ : problématique. Traduction de ces points de départ et insights dans les développements proposés.
- 25 % Quelle est la valeur ajoutée ? Qu'y a-t-il d'innovant ? Quels sont les résultats qui le prouvent ?
- 25 % Résultats. Résultats de tracking ou autres, tels que des témoignaux, les effets sur les RP, ...
- 25 % Qualité, compétence et professionnalisme des équipes. Coopérations et partenariats.

Prix 'Best Branded Audio Content'

- 33% Originalité de la démarche
- 33% La connexion du contenu avec la marque. Les deux se complètent-ils ?
- 33% Les résultats : quel a été l'impact ? Qu'est-ce que ça a donné ?

#### Déroulement

Le Concours est rendu public à partir du 15 novembre 2022 sur le site Web de VIA, et est ensuite annoncé via différents canaux.

Les participants doivent uploader un dossier sur le site Web de VIA, <https://thinkvia.be/fr/soniq/> au plus tard le 19 janvier 2023 à minuit.

Un jury de professionnels des médias évaluera les inscriptions lors d'une séance le 2 février 2023. Les jurés sont annoncés fin novembre sur le site web de VIA. Des changements au niveau de la composition du jury final peuvent intervenir et les participants au Concours doivent accepter ces modifications.

Le lauréat sera annoncé à l'occasion de l'événement SONIQ le 16 février 2023.

#### Nombre de lauréats et de prix

Pour les 4 prix, 1 lauréat sera sélectionné parmi 3 nominations.

C'est le Pétitionnaire qui est reconnu comme lauréat et qui recevra un prix. VIA prévoit un 2<sup>e</sup> exemplaire, que le Pétitionnaire peut remettre à l'annonceur. Des awards supplémentaires peuvent être produits en plus aux frais du Pétitionnaire. Un prix ne peut en aucun cas être cédé ou échangé contre une somme d'argent.



## Général

L'Organisateur se réserve expressément le droit de ne pas admettre certains candidats-participants au Concours, entre autres dans le cas où le participant ne répond pas aux conditions requises ou s'il existe une présomption d'abus, de tromperie ou de fraude.

Aucune correspondance (que ce soit par courrier postal, par e-mail et/ou par téléphone) ne sera échangée à propos du Règlement du Concours, de l'organisation et/ou du résultat contraignant et irrévocable de ce Concours. Toute communication supplémentaire faite par l'Organisateur en rapport avec le Concours fera office de point du Règlement.

Le résultat et les décisions de l'Organisateur ne peuvent pas être contestés, pour quelque raison que ce soit. Toutes les décisions émanant de l'organisation seront sans appel.

Les participants au Concours s'abstiendront de toute communication publique négative concernant le Concours et VIA.

L'Organisateur ne peut être tenu pour responsable au cas où, pour des raisons de force majeure ou toute autre raison indépendante de la volonté de l'Organisateur, le Concours est modifié ou tout simplement annulé.

Le(s) lauréat(s) du Concours autorise(nt) l'Organisateur, sans que pour cela celui-ci soit redevable d'une quelconque indemnisation, à reproduire et publier des photos de lui ou elle (d'eux), et ce, sans aucune limitation territoriale ou temporelle, dans le cadre de la communication autour du Concours ou pour promouvoir le Concours et le média radio.

Les participants à ce Concours acceptent que leur dossier puisse être utilisé en guise d'exemple sur le site Web de VIA, sans limitation temporelle, pour mettre en exergue la notion de 'branding sonore'.

En confirmant sa participation après le téléchargement par mail et la réception du numéro de dossier assorti, chaque candidat-participant accepte les règles du présent Règlement, ainsi que les décisions prises par l'Organisateur en rapport avec le déroulement du Concours.

Toutes les données personnelles collectées dans le cadre de ce Concours sont confidentielles et ne seront en aucun cas partagées avec des tiers.

Ce Règlement a été établi le 12 novembre 2022.

## Supplément

Liste des chaînes de radio considérées comme des chaînes de radio nationales belges :

(néerlandophones) Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, Qmusic, MNM, Klara, Joe, Contact, Nostalgie, NRJ, Topradio, Willy ;

(francophones) La Première, Vivacité, NRJ, Contact, Bel RTL, Fun Radio, Pure, Nostalgie, Classic 21, Musiq3, DH Radio, Mint, Chérie FM, LNRadio