



## Règlement du concours du Laboratoire créatif

### **Article 1 : Organisation et présentation du Concours**

L'Union des annonceurs (UDA), association professionnelle loi 1901, sise au 251 Boulevard Pereire, 75852 Paris 17, (ci-après la « **Société organisatrice** »), organise un concours d'affiches (ci-après le « **Concours** ») entre le 2 mai et le 30 mai 2018 inclus ouvert à tous les créateurs et créatifs (ci-après le ou les « Participant(s) »).

Ce Concours est lancé par la Société organisatrice au sein de son *Laboratoire créatif* qui vise à redonner envie de publicité aux Français en libérant la créativité.

Le Concours donne la possibilité aux Participants de réfléchir différemment sur neuf (9) marques qui ont accepté de se prêter au jeu (ci-après la ou les « **Marque(s)** »), sans brief et sans validation de celles-ci. Par ailleurs, une cause citoyenne (ci-après la « **Cause** »), la Lutte contre l'incivisme, devient la dixième source d'inspiration pour les Participants. Les Participants sont ainsi invités à réaliser des propositions créatives (ci-après « **Création(s)** »).

Le Concours est organisé avec le soutien de nombreux partenaires (ci-après les « **Partenaires** ») : l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité), l'UPE (Union de la publicité extérieure), Régie 366 qui représente la PQR (Presse quotidienne régionale), la Mairie de Cannes, le Parisien, Culture Pub, CB News, Instagram, Datakalab, Moma, Hémisphère Droit, Talentsaround, Jibe set, Louxor Music...

Plus précisément, le Concours comporte deux volets :

- Un volet « Marques » afin de recréer, via la créativité publicitaire, un lien de confiance entre les Français et les marques. Pour recentrer les propositions créatives, la seule ligne directrice qui est donnée aux Participants est de retranscrire leur amour des marques au travers de leur proposition. Les Marques associées sont les suivantes : Bic, Butagaz, Coca Cola, Comme j'aime, Ibis (AccorHotels), KFC, Marvel (Disney), PMU et Vache qui Rit (Bel).
- Un volet « Cause » afin de faire passer un message citoyen au travers de la publicité. La thématique retenue est la Lutte contre l'incivisme dans la Ville. L'affichage extérieur peut en effet être un moyen de mettre en avant les gestes civiques afin d'amener chacun à devenir un citoyen responsable.

### **Article 2 : Conditions d'accès au Concours**

Toute personne majeure, résidant en France métropolitaine et ayant une fibre créatrice peut participer gratuitement au Concours. De fait, celui-ci est ouvert aux créateurs, créatifs, artistes, freelance, étudiants (ci-après « **le Participant** »). Chaque Participant s'inscrit au Concours en son nom propre. Il peut éventuellement s'inscrire en binôme.

Sont exclus de participation les salariés de la Société organisatrice, les membres du comité de sélection (ci-après le « **Comité** ») et du jury de personnalités (ci-après le « **Jury** ») ainsi que les membres de leurs familles (même nom, même adresse postale).

### **Article 3 : Inscription, modalités et conditions de participation**

#### ***3.1 Inscription au Concours***

Pour participer au Concours, chaque Participant devra :

- Prendre connaissance du présent règlement et en accepter les conditions (case à cocher),
- Compléter son bulletin d'inscription sur le site internet [www.laboratoirecreatif-uda.fr](http://www.laboratoirecreatif-uda.fr), incluant son nom, son prénom, son âge, son profil (créatif publicitaire, artiste, étudiant, autre), son code postal, sa ville d'habitation, son adresse électronique, son numéro de téléphone,
- Réaliser sa ou ses Création(s) selon les règles du Concours décrites dans le présent règlement,
- Envoyer obligatoirement sa(ses) Création(s) sous forme d'un fichier jpeg (HD) par mail à [lelaboratoirecreatif@uda.fr](mailto:lelaboratoirecreatif@uda.fr) avant le 30 mai 2018, 23h59, ou le cas échéant, en fonction du poids du fichier, via We Transfer. Le fichier devra s'intituler du nom et prénom des Participants suivis, selon, du mot Cause ou du nom de la marque pour laquelle ils participent. Tout fichier arrivé hors délai ne sera pas accepté.

Ces Créations devront s'ouvrir dans un format homothétique à une affiche de 4m x 3m. La taille maximale du fichier ne devra pas excéder 10 Mo. Les Créations devront être abouties afin de pouvoir, si elles sont désignées gagnantes, être finalisées rapidement pour partir en impression.

Ceux qui le souhaitent peuvent par ailleurs compléter ce mail par un envoi postal à : Laboratoire créatif de l'UDA, 251 boulevard Pereire, 75852 Paris Cedex 17. Les Créations par voie postale doivent être reçues au plus tard le 30 mai 2018. Dans ce cas, les Créations devront être présentées sur un *board* d'une taille homothétique à une affiche de 4m x 3m et *a minima* d'une taille proche d'un A4 (de l'ordre de 30 cm x 22,5 cm).

Chaque Participant recevra une confirmation de participation par voie électronique à l'adresse électronique qu'il a communiqué lors de son inscription.

Toute participation incomplète, inexactes ou ne respectant pas le présent règlement ne pourra pas être prise en compte et entrainera la nullité de la participation.

Le fait de s'inscrire sous une fausse identité, une identité d'emprunt ou de communiquer de fausses informations entrainera la nullité de la participation.

#### ***3.2 Modalités et conditions de participation au Concours***

Le Participant doit **obligatoirement** participer au volet Cause. Il a **libre choix** de participer au volet Marques et peut aussi librement choisir les Marques sur lesquelles il souhaite s'investir. Il est précisé que le nombre total de Créations par Participant est limité à cinq (5).

Les Créations doivent pouvoir être déclinées par les Participants en différents formats :

- Sucette 120 x 176 cm
- Abribus : 40 X 60 cm
- Metro : 150 x 200 cm
- et tout autre format, notamment Internet, dont il sera fait usage dans le cadre du Concours.

Toutes les techniques artistiques possibles sont autorisées pour réaliser les Créations : peinture, dessin, photographie, publication assistée par ordinateur...

Les Créations doivent être conformes au droit en vigueur et en particulier au droit de la communication. Elles ne doivent pas présenter de caractère diffamatoire, injurieux, d'incitation à la violence ou au racisme et plus généralement devront être conformes à l'ordre public et aux bonnes mœurs.

Les Participants s'engagent, par leur(s) Création(s) et/ou communication à ne pas porter une atteinte délibérée, sous quelque forme que ce soit, à l'image de la Société organisatrice, des Partenaires et des Marques.

Les Créations ne doivent pas contredire les valeurs des Marques (indiquées dans leur fiche de présentation sur le site [www.laboratoirecreatif-uda.fr](http://www.laboratoirecreatif-uda.fr)).

Le Participant veillera encore à respecter les règles déontologiques publicitaires et les règles d'affichage public. Afin de prendre connaissance des principales règles déontologiques en vigueur, il est conseillé à chaque Participant de se rendre sur le site de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de publicité) : <https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/>.

Le Participant pourra, s'il le souhaite, faire usage pour sa ou ses Création(s) des éléments de l'univers des Marques (en ce compris le nom, logo et tout autre élément visuel se rapportant à la Marque et les produits désignés) qui auront été fournis par les Marques qui en détiennent les droits. S'agissant des questions d'utilisation des éléments de propriété intellectuelle et d'exploitation des Créations, voir l'article 7 Propriété intellectuelle. Ces éléments ne pourront être utilisés par le Participant que dans le cadre strict du Concours. Le Participant est informé que ces éléments sont confidentiels et s'engage à veiller à en assurer la protection et l'intégrité et à ne pas les communiquer à quel que tiers que ce soit. Le Participant s'oblige à détruire ces éléments après utilisation et au plus tard lors de l'envoi de sa Création à la Société organisatrice.

Les divers frais engagés par les Participants et nécessaires à la réalisation d'une Création et/ou de sa participation sont à la charge exclusive des Participants (matériaux, acquisition de licences, frais d'affranchissement, etc.).

#### **Article 4 : Descriptif de la dotation**

Les Créations désignées gagnantes au terme du processus de sélection décrit à l'article 5 (ci-après les « **Créations gagnantes** ») seront exposées en affichage extérieur dans dix (10) grandes villes françaises (Bordeaux, Brest, Cannes, Lille, Lyon, Marseille, Nantes, Paris, Strasbourg, Toulouse) le 22 juin 2018.

Elles seront affichées dans des zones délimitées (gare, station de métro, quartier, etc.) et en quantité limitée à la façon d'une exposition.

En principe, dix (10) Créations seront exposées dans chaque ville : les neuf (9) Créations « Marques » gagnantes ainsi qu'une (1) Création « Cause ». La Création « Cause » exposée pourra différer selon les villes, en fonction des résultats de la sélection du panel de lecteurs de la Presse quotidienne régionale (voir l'article 5 Modalités de sélection des gagnants).

Par exception à ce principe et en fonction des villes participantes, les cinq (5) Créations « Cause » sélectionnées par le Jury pourront se voir toutes exposées.

En fonction des lieux d'exposition, le dispositif d'affichage pourra prendre divers formats. Le format digital sera privilégié, ce qui pourra donner lieu à la réalisation d'une vidéo de

présentation du principe du Laboratoire créatif suivi de la présentation des Créations gagnantes. Il pourra être complété par d'autres formats Print (4m x3m...).

Le Gagnant du « Grand Prix de l'émotion » sera invité à venir passer la journée du 22 juin 2018 à Cannes (défraiement voyage/train, invitation au petit déjeuner de presse, à la table ronde et au déjeuner) autour d'un événement dédié à la Créativité, et s'il le souhaite à s'exprimer sur ce qui l'a inspiré pour sa Création(s) auprès d'un public de professionnels.

Les Gagnants bénéficieront des retombées issues des relations presse organisées par la Société organisatrice et ses Partenaires. Ainsi, une interview du Gagnant du « Grand Prix de l'émotion » est par exemple notamment prévue sur Culture Pub.

Les dotations ne pourront faire l'objet d'aucune contestation d'aucun remboursement en espèces, ni d'aucune contrepartie de quelque nature que ce soit.

La Société organisatrice se réserve le droit de faire ajouter des mentions aux Créations gagnantes, notamment une mention en lien avec le respect des règles déontologiques, le logo du Laboratoire créatif, une mention du type « Ceci n'est pas une vraie publicité » ou un *hashtag* pour envoyer le public vers *Instagram* (cf ci-dessous).

Les Gagnants acceptent que leur identité (nom, prénom, pseudonyme) soit divulguée sur les différents supports de communication utilisés dans le cadre de la promotion du Concours et de la divulgation des résultats du Concours.

Par ailleurs, avec leur accord, le nom des Gagnants ainsi que, le cas échéant, leur appartenance à une école ou à la plateforme *Talentsaround*, pourront apparaître à l'occasion de l'exploitation de la Création dans la mesure où cela est possible compte-tenu de la nature du support et des usages de la profession.

## **Article 5 : Modalités de sélection des gagnants**

### ***La sélection des Créations « Marques »***

Les Créations « Marques » sont désignées gagnantes au terme d'un processus de sélection en deux (2) étapes.

#### *Sélection par le Comité*

Les Créations répondant aux conditions édictées à l'article 3 du présent règlement feront l'objet d'une première sélection par le Comité, composé notamment de la Société organisatrice et de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité). Ce comité veillera notamment à ce que les Créations retenues respectent les principales règles déontologiques en vigueur ainsi que les principales règles en matière d'affichage public, qu'elles ne contredisent pas les valeurs des Marques qui les inspirent et qu'elles respectent les conditions du Concours établies dans le présent règlement

Le Comité sélectionnera une partie des Créations présentées en s'appuyant sur les critères suivants :

- l'émotion perçue, transcrite dans la Création,
- la force du lien émotionnel tissé entre le public et la Marque,
- l'impact et la mémorisation de la Création,
- la représentation, dans la mesure du possible, de chacune des Marques.

### *Sélection par le Jury*

Les Créations retenues par le Comité seront ensuite soumises au Jury. Le Jury est garanti « 100% sans annonceurs et publicitaires » et comportera un représentant de l'ARPP comme garant du respect des règles déontologiques publicitaires.

Le Jury sélectionnera neuf (9) Créations gagnantes, qu'il considère comme les meilleures, en s'appuyant sur les critères suivants :

- l'émotion perçue, transcrite dans la Création,
- la force du lien émotionnel tissé entre le public et la Marque,
- l'impact et la mémorisation de la Création,
- le respect des valeurs de la Marque (communiquées par la Marque dans sa fiche de présentation),
- le respect des conditions du présent règlement,
- la représentation, dans la mesure du possible, chacune des Marques.

Une des neuf (9) Créations gagnantes sera désignée « Grand Prix de l'émotion » par le Jury et ce en raison du caractère élevé de son lien émotionnel entre la Marque et ses publics.

Par ailleurs, le Jury retiendra une short list des Créations qu'il estime faisant partie des meilleures sur la base des mêmes critères (ci-après les « **Créations short listées** »).

### ***La sélection des Créations « Cause »***

Les Créations « Cause » sont désignées gagnantes au terme d'un processus de sélection en trois (3) étapes.

#### *Sélection par le Comité*

Les Créations répondant aux conditions édictées à l'article 3 du présent règlement feront l'objet d'une première sélection par le Comité, composé notamment de la Société organisatrice et de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité). Ce comité veillera notamment à ce que les Créations retenues respectent les principales règles déontologiques en vigueur ainsi que les principales règles en matière d'affichage public et qu'elles respectent les conditions du Concours établies dans le présent règlement

Le Comité sélectionnera une partie des Créations présentées en s'appuyant sur les critères suivants :

- l'engagement émotionnel du Participant pour la Cause, transcrit dans la Création,
- la force de conviction dans la suggestion de gestes civiques,
- l'impact et la mémorisation de la Création.

#### *Sélection par le Jury*

Les Créations retenues par le Comité seront ensuite soumises au Jury. Le Jury est garanti « 100% sans annonceurs et publicitaires » et comportera un représentant de l'ARPP comme garant du respect des règles déontologiques publicitaires

Le Jury sélectionnera cinq (5) Créations qu'il considère comme les meilleures, sur la base des critères suivants :

- l'engagement émotionnel du Participant pour la Cause, transcrit dans la Création,
- l'impact et la mémorisation de la Création,
- la force de conviction dans la suggestion de gestes civiques,
- le respect des conditions du présent règlement.

Par ailleurs, le Jury retiendra une short list des Créations qu'il estime faisant partie des meilleures sur la base des mêmes critères (ci-après les « *Créations short listées* »).

#### *Sélection par les lecteurs de la Presse quotidienne régionale*

Les cinq (5) Créations sélectionnées par le Jury seront alors soumises à un panel de plus de mille (1000) lecteurs de la Presse quotidienne régionale. Ce panel est composé de lecteurs de la Presse quotidienne régionale, répartis en dix (10) régions, qui ont été choisis par les titres de la PQR, membres et 366 et concernés par le Concours pour recevoir une invitation à participer à la désignation de la Création « Cause » gagnante. Cette désignation passera par la captation, via une webcam et une méthodologie très innovante permettant de mesurer les émotions, des micro-expressions des panelistes face aux cinq (5) Créations « Cause » sélectionnées par le Jury et leur retranscription par *Datakalab* en données permettant de connaître la Création « Cause » la plus engageante émotionnellement.

La Création ainsi désignée constituera la dixième (10<sup>ème</sup>) Création affichée dans les villes participantes, aux côtés des neuf (9) Créations « Marques ». La Création « Cause » gagnante affichée dans chacune des villes sera celle désignée par le panel de la région correspondante.

Le choix des Créations gagnantes et short listées ne peut être remis en cause.

Les Gagnants seront contactés à partir du 6 juin 2018 par e-mail à l'adresse électronique qu'ils ont communiquée au moment de leur inscription. Il leur sera demandé d'expédier, sous un délai de deux (2) jours ouvrés, le dossier numérique (fichiers Adobe Illustrator, InDesign ou JPEG originaux haute résolution, avec tous les éléments nécessaires pour impression) de leur(s) Création(s) à la Société Organisatrice à l'adresse suivante : [lelaboratoirecreatif@uda.fr](mailto:lelaboratoirecreatif@uda.fr).

Seuls les Gagnants et les Participants auteurs des Créations short listées en seront informés.

#### ***La sélection de l'affiche préférée des Instagramers***

Une page Instagram dédiée au Concours sera accessible à l'issue du Concours et présentera les neuf (9) Créations « Marques » gagnantes et en cas d'accord des Marques concernées, les Créations short listées. Les internautes seront invités à choisir leur Création préférée. La Création qui aura obtenu le plus d'engagement (like) sera désignée affiche préférée des Instagramers.

#### **Article 6 : Responsabilité de la Société organisatrice**

Chaque Participant doit avoir conscience des caractéristiques et des limites de l'internet (piratages, virus, contournements, etc.) et prendre les mesures nécessaires à la protection des données qu'il transmet à la Société organisatrice dans le cadre du Concours.

La Société organisatrice se réserve le droit d'annuler le Concours ou d'en modifier les termes si les circonstances l'exigent (virus informatique, fraude, défaillance technique, ...). D'une manière générale, la Société organisatrice se réserve le droit de modifier unilatéralement toutes les modalités du Concours. Sa responsabilité ne pourra être engagée de ce fait.

Elle se réserve le droit, dans cette hypothèse, de ne pas attribuer les dotations et/ou de poursuivre les auteurs de ces fraudes devant les juridictions compétentes. La Société

organisatrice en informera les Participants par email à l'adresse électronique qu'ils ont communiqués lors de leur inscription.

Elle ne saurait également être tenue responsable de tout dysfonctionnement du réseau internet ou de problèmes d'acheminement ou de pertes de courrier électronique empêchant ou perturbant la participation et le bon déroulement du Concours.

La Société organisatrice ne saurait non plus être tenue responsable en cas de force majeure, de cas fortuit ou du fait d'un Participant, d'un Partenaire, d'une Marque ou d'un tiers perturbant l'organisation et la gestion du Concours.

## **Article 7 : Propriété intellectuelle**

### ***Utilisation des éléments de l'univers des Marques pour les Créations***

Le Participant pourra, s'il le souhaite, faire usage pour sa ou ses Création(s) des éléments de l'univers des Marques (en ce compris le nom, logo et tout autre élément visuel se rapportant à la Marque et les produits désignés) qui auront été fournis par les Marques qui en détiennent les droits. Cette autorisation d'usage, limitée à la durée du Concours, ne saurait être considérée comme entraînant cession ou transfert des droits sur lesdits éléments qui restent la propriété de leur titulaire respectif.

### ***Créations inédites et droit des tiers***

En dehors de ces éléments de l'Univers des Marques, le Participant déclare et garantit n'utiliser pour sa ou ses Création(s) que des éléments sur lesquels il dispose des droits et/ou autorisations nécessaires pour leur utilisation, reproduction, adaptation et exploitation dans le cadre du Concours et de sa promotion (droits d'auteur, droits voisins du droit d'auteur, droit des marques, droit à l'image, etc.).

Le Participant garantit que la ou les Créations qu'il présente au Concours sont des œuvres originales et inédites dont il est l'auteur ou le co-auteur. En ce sens, il garantit que sa ou ses Création(s) ainsi que tous les éléments qui la composent ne portent atteinte à aucun droit des tiers et ne sont pas contrefaisantes. Il s'engage ainsi à garantir la Société organisatrice contre tout recours, réclamation, revendication, action ou condamnation qui serait prononcée à son encontre en raison du recours d'un tiers portant sur les droits de propriété intellectuelle sur les Créations.

### ***Exploitation des Créations par les Participants***

Les Participants s'interdisent d'exploiter leur(s) Création(s) en dehors de leur participation au Concours. Les Créations « Marques » gagnantes pourront cependant être exploitées par leur(s) auteur(s) et uniquement dans le strict cadre de la promotion de leur activité et en lien avec leur participation au Concours. Les Participants pourront exploiter, dans les mêmes limites, les Créations « Marques » short listées s'ils en ont obtenu l'accord exprès et préalable des Marques concernées. Les Créations « Cause » gagnantes pourront être exploitées par leur(s) auteurs dans le strict cadre de la promotion de leur activité.

### ***Exploitation des Créations par la Société organisatrice, les Partenaires et les Marques***

La participation au Concours entraîne cession automatique des droits de propriété intellectuelle, pour la durée légale de protection, sur les Créations gagnantes ainsi que sur les Créations short listées à la Société organisatrice, ses Partenaires, aux Marques ainsi qu'aux dix (10) villes d'exposition pour une exploitation (reproduction, diffusion, adaptation) limitée à la

communication autour du Concours et notamment pour la communication interne et/ou institutionnelle, les relations publics et l'information journalistique. Dans ce cadre, l'exploitation de ces Créations pourra se faire par tous procédés, en tous formats, sur tous supports et dans le monde entier et devra être présentée en lien avec le Concours et contextualisée en conséquence.

Les Participants conservent pleinement leurs droits de propriété intellectuelle s'agissant de toute autre exploitation des Créations. Ainsi, dans le cas où l'une des Marques souhaiterait utiliser une Création gagnante ou short listée pour un usage publicitaire ultérieur ou dans le cas où l'une des villes participantes souhaiterait utiliser une Création gagnantes pour un autre usage que celui visé au paragraphe précédent, il est convenu qu'elle se rapproche du ou des Gagnant(s) afin de conclure un contrat de cession de droits d'auteur et de lui/leur verser une juste rémunération.

Les Participants garantissent la jouissance paisible des droits ainsi concédés. Ils s'engagent également à ne pas perturber ou empêcher, de quelle que façon que ce soit et sauf motif légitime, l'exploitation de la Création dans les conditions du présent règlement

### **Article 8 : Données personnelles**

Les données à caractère personnel communiquées par les Participants lors de leur inscription au Concours sont collectées et traitées par la Société organisatrice, sur la base légale du contrat, aux seules fins de gérer leur participation au Concours et l'attribution des dotations dans le respect du présent règlement. Elles sont nécessaires à la bonne gestion du Concours. La non-fourniture de ces données rend impossible la participation au Concours.

Ces données seront conservées et stockées sur des serveurs situés en France et le temps nécessaire à la gestion du Concours, c'est-à-dire pendant six (6) mois à compter de la clôture du Concours.

Ces données ne feront l'objet d'aucune communication ou cession à des tiers. Les coordonnées des Gagnants (nom, prénom, adresse électronique) pourront cependant être transmises aux Marques ou aux villes qui souhaitent se rapprocher des Gagnants pour acquérir les droits d'utilisation des Créations gagnantes.

Conformément à la réglementation sur les données personnelles, les Participants disposent auprès de la Société organisatrice d'un droit d'accès, de rectification, de limitation, d'opposition et d'un droit à la portabilité ainsi que d'un droit à définir des directives au sort de ses données après sa mort. Les Participants peuvent exercer leurs droits en envoyant un email à l'adresse suivante : [lelaboratoirecreatif@uda.fr](mailto:lelaboratoirecreatif@uda.fr).

Les Participants sont informés que l'exercice de leur droit d'opposition à ce traitement empêchera l'aboutissement de leur participation.

Les Participants disposent également du droit d'introduire une réclamation auprès de la CNIL.

### **Article 9 : Litiges et attribution de compétences**

Le présent règlement est soumis au droit français.

Tout litige pouvant naître de la validité, de l'interprétation ou de l'application du présent règlement au Concours devra faire l'objet d'une tentative de règlement à l'amiable entre les Parties. À défaut de solution amiable trouvée dans un délai de quinze (15) jours, le litige sera soumis au Tribunal de commerce de Paris.