

GRANDS PRIX

GRANDS PRIX

TOP/COMGRANDS PRIX

Date limite
d'inscription
30 mai 2014

CONSUMER

DES MARQUES & DES PRODUITS

GRANDS PRIX

Du 6 au 9 octobre 2014

TOP/COMGRANDS PRIX14

CONSUMER



@topcomnews
www.youtube.com/TopComTV

LE CONGRÈS

Après le succès du dix huitième TOP/COM GRANDS PRIX Corporate Business du mois de février 2014 et de ses Grands Prix, c'est maintenant l'heure de la communication B to C, Business to Consumers.

Le quinzième TOP/COM GRANDS PRIX Consumer se tiendra à Paris du 6 au 9 octobre 2014. Son objectif est de mettre en valeur les stratégies et les actions de communication des marques et des produits de consommation grand public dans leurs démarches commerciales et promotionnelles. L'ensemble des débats qui illustre le thème du Congrès sera aussi présenté sur topcom.fr, la première chaîne de e-télévision de la communication. Vous pouvez aussi en vous connectant tout revoir sur les TOP/COM GRANDS PRIX de l'an passé et redécouvrir les moments forts du TOP/COM GRANDS PRIX Corporate Business de février 2014. Enfin les TOP/COM GRANDS PRIX Consumer 2014 permettront d'animer les journées du Congrès. En effet, les lauréats choisis par leurs jurys viendront défendre en direct les dossiers primés pour décrocher l'or, l'argent, le bronze, un Grand Prix ou/et le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression.

Le Programme du TOP/COM GRANDS PRIX Consumer :

♦ La séance d'ouverture de présentation des jurys qui réunissent tous les jurés et les participants des Grands Prix et du Congrès le 06/10/2014 à 19h où sont remis les Prix Spéciaux du TOP/COM GRANDS PRIX et où seront présentés les résultats de l'étude TNS Sofres.

PRIX TOP/COM HEC DE L'AUDACE MARKETING : TOP/COM GRANDS PRIX et le pôle Marques & Médias de l'Association des Diplômés HEC s'associent. Ce prix, décerné pour la première fois au TOP/COM GRANDS PRIX Consumer 2008, récompense un homme ou une équipe qui a fait preuve d'audace (payante...) dans le domaine du marketing et de la communication. Les dossiers sont d'abord sélectionnés par les étudiants de la majeure marketing, des mastères spécialisés et de l'exécutive MBA d'HEC, puis ramenés à une short list par un panel d'experts et de journalistes professionnels et enfin soumis au vote de l'ensemble des membres du pôle HEC Marques & Médias.

PRIX SPÉCIAL TOP/COM GRANDS PRIX NOVANCIA DU DEVELOPPEMENT DURABLE : LE TOP/COM GRANDS PRIX a lancé en 2009 le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX NOVANCIA du Développement Durable. Ce prix récompense les stratégies et les actions de communication consumer qui valorisent le mieux l'opportunité du développement durable selon les directives du Grenelle de l'Environnement (article 44) et de l'ARPP.

PRIX SPÉCIAL TOP/COM GRANDS PRIX MEDIAMÉTRIE DE LA MESURE DU ROI : Ce prix récompense pour la quatrième fois, parmi les dossiers inscrits au TOP/COM GRANDS PRIX, l'action de communication dont le retour sur investissement a été performant. Pour être éligible à ce prix, les participants devront particulièrement renseigner les éléments chiffrés du budget, des études et des résultats.

PRIX SPÉCIAL TOP/COM GRANDS PRIX PAGESJAUNES DU DIGITAL : Pour la troisième fois, le Prix Spécial parrainé par PagesJaunes récompense parmi les dossiers inscrits au TOP/COM GRANDS PRIX, une action digitale particulièrement innovante et efficace.

❑ Des présentations correspondant aux sections et aux catégories des TOP/COM GRANDS PRIX Consumer les 7 et 8 octobre 2014.

Les primés par catégorie viendront défendre leur dossier devant les jurés et les participants.

Exemple : de 9h00 à 10h30 : primés stratégie de communication, de 11h00 à 12h30 : primés campagne etc.

❑ Des remises des prix à 12h et 18h le 09/10/2014 où sont remis les Grands Prix, les TOP/COM GRANDS PRIX or, argent et bronze et les Prix Spéciaux TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression

❑ Le palmarès du Congrès sera diffusé sur topcom.fr.

Le programme détaillé du TOP/COM GRANDS PRIX Consumer 2014 sera disponible à compter de la fin août 2014.

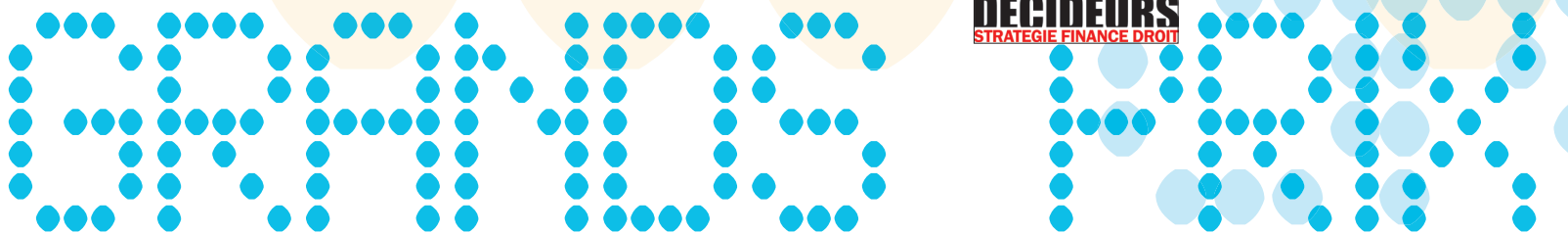
NOUVEAU : Une nouvelle catégorie fait son apparition dans la Section Digital : Serious Game

Attention : Les défenses orales se feront pour la première fois à Novancia Montparnasse, 3, rue Armand Moisant 75015 Paris



Patrice Legendre,
président de TOP/COM GROUP

Les partenaires du TOP/COM GRANDS PRIX Consumer 2014



TOP/COMGRANDS PRIX

Les TOP/COM GRANDS PRIX Consumer valorisent les stratégies et les réalisations des acteurs du monde de la communication des marques et des produits grand public.

Les lauréats recevront leur trophée lors des cérémonies de remise des prix du TOP/COM GRANDS PRIX Consumer le 6 et le 9 octobre 2014

Trente deux catégories représentent les différents domaines de la communication B to C et sont groupées en huit grandes sections.

LES 8 SECTIONS TOP/COM GRANDS PRIX ET PRIX SPÉCIAUX TOP/COM GRANDS PRIX DE L'EXPRESSION		LES 32 CATEGORIES TOP/COM GRANDS PRIX OR, ARGENT ET BRONZE	
1. Stratégie de communication	1-1	Marque	
	1-2	Produit	
2. Stratégie médias	2-1	Marque/Produit	
3. Campagne	3-1	Publicité Plurimédias	
	3-2	Publicité TV / Cinéma	
	3-3	Publicité Presse	
	3-4	Publicité Affichage	
	3-5	Publicité Radio	
	3-6	Publicité On line	
	3-7	Communication Réseau	
4. Digital/Multimédia	4-1	Site Consumer/E-commerce	
	4-2	Portail/Communauté	
	4-3	Site Événementiel Consumer	
	4-4	Site dédié	
	4-5	Application mobile	
	4-6	Web TV	
	4-7	Serious game (Nouveau)	
5. Marketing	5-1	Relationnel	
	5-2	Promotionnel	
	5-3	Marketing Viral	
	5-4	Street Marketing	
6. RP	6-1	Relations Publiques : Evènement pour une marque ou un produit auprès du grand public	
	6-2	Relations Presse : Marque/Produit	
	6-3	Animation des réseaux sociaux	
7. Design	7-1	Design global	
	7-2	Logotype (Branding)	
	7-3	Packaging	
	7-4	Architecture commerciale	
	7-5	PLV / Merchandising	
	7-6	Web Design	
8. Edition	8-1	Consumer Magazine et/ou Webzine Consumer	
	8-2	Plaquettes Commerciales/Catalogues	
PRIX SPÉCIAL TOP/COM GRANDS PRIX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE		PRIX SPÉCIAL TOP/COM GRANDS PRIX PAGESJAUNES DU DIGITAL	
PRIX SPÉCIAL TOP/COM GRANDS PRIX MEDIAMETRIE DE LA MESURE DU ROI			

Inscrivez vous aux TOP/COM GRANDS PRIX Consumer 2014 :

Rentrent en compétition dans les sections et les catégories consumer, les stratégies et les actions de communication commerciales ou promotionnelles destinées à vendre la marque et les produits de l'entreprise auprès du grand public.

Date limite d'inscription fixée au 30 mai 2014 pour recevoir le dossier de participation à remplir pour le 15 juin 2014.

Chaque inscription donne droit à l'entrée gratuite pour une personne aux débats et défenses des dossiers des TOP/COM GRANDS PRIX Consumer, cocktails compris. Les participants doivent en revanche s'inscrire spécifiquement à la séance d'ouverture de présentation des jurys.

TOP/COMGRANDS PRIX

COMMENT PARTICIPER ?

• **Les TOP/COM GRANDS PRIX Consumer** sont proposés aux entreprises ou organismes qui mettent en place des stratégies et des réalisations de communication pour les marques et les produits de consommation grand public. Les conseils en communication peuvent présenter leurs travaux dans les différentes catégories avec l'accord de leurs clients.

• **Trente deux catégories** représentent les différents domaines de la communication B to C et sont groupées en huit grandes sections. Le jury peut attribuer pour chaque catégorie un TOP/COM GRANDS PRIX or, argent et bronze. Chaque section est dotée d'un Grand Prix TOP/COM GRANDS PRIX et d'un Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression.

• **Le dossier de participation** sera adressé dès réception de la fiche de candidature et de son règlement. Il comprend :

Pour toutes les catégories :

- une fiche d'identité de l'entreprise ou de l'organisme ;
- une note dactylographiée (1,5 page) décrivant l'objectif et les cibles de la stratégie ou de la réalisation présentée, et précisant la cohérence avec la stratégie de l'entreprise, de l'organisme et/ou la stratégie de communication.

Pour chaque catégorie :

- une fiche technique (I) relative aux particularités de chacune des stratégies ou réalisations (mise en place des outils, plan média, durée, diffusion, budget, résultats,...) et détaillant la liste des documents joints et les moyens techniques disponibles pour leur présentation ;
- une fiche technique (II) présentant les agences et/ou les prestataires qui ont participé à la mise en œuvre.

Pour le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX NOVANCIA du Développement Durable :

- une annexe précisant les critères permettant au jury d'apprécier l'engagement de la stratégie ou de l'action de communication

Pour le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX MÉDIAMÉTRIE de la Mesure du ROI :

- une annexe précisant les critères permettant au jury d'apprécier l'efficacité du budget en fonction des résultats.

Pour le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX PAGESJAUNES du Digital :

- une annexe précisant les critères permettant au jury d'apprécier l'innovation et l'efficacité d'une action digitale.

• **Clôture des candidatures :**

Les candidatures doivent être parvenues avant le 30 mai 2014. Dès réception des candidatures, les dossiers de participation à remplir pour le jury, seront expédiés. Les dossiers remplis doivent parvenir avant le 16 juin 2014. Aucun délai supplémentaire ne sera attribué. Le jury se réunira à huis clos. La liste des lauréats sera rendue publique le 15 juillet 2014.

Les primés seront alors invités du 7 au 8 octobre à venir présenter et défendre oralement le dossier devant le jury qui décidera ensuite de l'ordre des lauréats : Grand Prix TOP/COM GRANDS PRIX, TOP/COM GRANDS PRIX or, argent ou bronze. De plus, les jurys décerneront par section un Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression.

Les lauréats pourront utiliser un CD ou une clé USB pour accompagner leur présentation et tester ce matériel sur la régie du TOP/COM GRANDS PRIX, sur rendez-vous, le 6 octobre 2014 de 14h00 à 17h00 à Novancia Montparnasse. Des jurys spécifiques seront constitués pour le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX NOVANCIA du Développement Durable, le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX PAGESJAUNES du Digital et pour le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX MÉDIAMÉTRIE de la Mesure du ROI. Ils se réuniront à huis clos pour désigner le lauréat.

• **Remise des prix :**

Les Grands Prix TOP/COM GRANDS PRIX Consumer, les TOP/COM GRANDS PRIX Consumer or, argent et bronze et les Prix Spéciaux TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression seront remis le 9 octobre 2014. Le Prix TOP/COM GRANDS PRIX HEC de l'Audace Marketing, le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX NOVANCIA du Développement Durable, le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX PAGESJAUNES du Digital et le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX MÉDIAMÉTRIE de la mesure du ROI seront remis le 6 octobre pendant la séance d'ouverture du congrès de la communication consumer.



FICHE DE CANDIDATURE

Toutes les stratégies et les réalisations inscrites dans les différentes catégories pour les TOP/COM GRANDS PRIX or, argent ou bronze entrent automatiquement en compétition pour le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression et le Grand Prix TOP/COM GRANDS PRIX Consumer de chaque section. Pour tenir compte de la spécificité de chaque catégorie, un dossier de participation particulier sera adressé pour chaque inscription.

LES 8 SECTIONS TOP/COM GRANDS PRIX ET LES PRIX SPÉCIAUX TOP/COM DE L'EXPRESSION	LES 32 CATEGORIES TOP/COM GRANDS PRIX OR, ARGENT ET BRONZE Cochez les catégories (plusieurs catégories possibles par section).
1- Stratégie de communication	<input type="checkbox"/> 1-1 Marque <input type="checkbox"/> 1-2 Produit
2- Stratégie médias	<input type="checkbox"/> 2-1 Marque/Produit
3- Campagne de publicité	<input type="checkbox"/> 3-1 Plurimédias <input type="checkbox"/> 3-2 TV/Cinema <input type="checkbox"/> 3-3 Presse <input type="checkbox"/> 3-4 Affichage <input type="checkbox"/> 3-5 Radio <input type="checkbox"/> 3-6 On line <input type="checkbox"/> 3-7 Communication Réseau
4- Digital/Multimédia	<input type="checkbox"/> 4-1 Site Consumer et E-commerce <input type="checkbox"/> 4-2 Site Portail/Communauté <input type="checkbox"/> 4-3 Site Événementiel <input type="checkbox"/> 4-4 Site Dédié <input type="checkbox"/> 4-5 Application mobile <input type="checkbox"/> 4-6 Web TV <input type="checkbox"/> 4-7 Serious Game
5- Marketing	<input type="checkbox"/> 5-1 Relationnel <input type="checkbox"/> 5-2 Promotionnel <input type="checkbox"/> 5-3 Marketing Viral <input type="checkbox"/> 5-4 Street Marketing
6- RP	<input type="checkbox"/> 6-1 Relations Publiques : Évènement pour une marque ou un produit vers le grand public <input type="checkbox"/> 6-2 Relations Presse : Marque/Produit <input type="checkbox"/> 6-3 Animation des réseaux sociaux
7- Design	<input type="checkbox"/> 7-1 Design Global <input type="checkbox"/> 7-2 Logotype (branding) <input type="checkbox"/> 7-3 Packaging <input type="checkbox"/> 7-4 Architecture Commerciale <input type="checkbox"/> 7-5 PLV/Merchandising <input type="checkbox"/> 7-6 Web Design
8- Edition	<input type="checkbox"/> 8-1 Consumer Magazine et/ou Webzine Consumer <input type="checkbox"/> 8-2 Plaquettes Commerciales/Catalogues
Si vous cochez une case ci-dessous, vous devez au moins être déjà inscrit dans une des 32 catégories ci-dessus. Le droit d'inscription à un Prix Spécial est identique au droit d'inscription d'un dossier dans une catégorie.	
<input type="checkbox"/> PRIX SPÉCIAL TOP/COM GRANDS PRIX NOVANCIA du Développement Durable	
<input type="checkbox"/> PRIX SPÉCIAL TOP/COM GRANDS PRIX PAGESJAUNES Du Digital <input type="checkbox"/> PRIX SPÉCIAL TOP/COM GRANDS PRIX MEDIAMETRIE De La Mesure du ROI	

Remplir impérativement la partie Annonceur et Conseil/Agence/Prestataire

Annonceur : Entreprise/Organisme à l'origine de la stratégie ou de la réalisation présentée :

Société :
Adresse :

Titre de la stratégie ou de la réalisation présentée :

Sous-titre :
Date de mise en place :

Personne physique chez l'annonceur représentant la candidature :

Nom :
Prénom :
Fonction :
Tél. : Fax :
E-mail :

Responsable chez l'annonceur de la candidature à qui doit être adressé le dossier à remplir (si différent de ci-dessus) :

Nom :
Prénom :
Fonction :
Tél. : Fax :
E-mail :

Conseil/Agence/prestataire :

Société :
Adresse :

Nom :
Prénom :
Fonction :
Tél. : Fax :
E-mail :

Responsable de la candidature à qui doit être adressé le dossier à remplir (si différent de ci dessus) :

Nom :
Prénom :
Fonction :
Tél. : Fax :
E-mail :

Facturation à adresser à :
Numéro intracommunautaire impératif :
Droit d'inscription par dossier et par catégorie (voir article 7 du règlement au dos)

☐ Membre abonné Club TOP/COM PREMIUM

600 € HT x dossiers =

TVA 20% = Total TTC =

☐ Non membre abonné Club TOP/COM PREMIUM

840 € HT x dossiers =

TVA 20% = Total TTC =

Chaque inscription donne droit à l'entrée au TOP/COM GRANDS PRIX, cocktails compris. Personne bénéficiaire du badge d'entrée :

Société Nom

Les dossiers de participation seront adressés à réception de la fiche de candidature et du paiement correspondant. Les candidatures non accompagnées de leur règlement ne pourront être prises en considération. Le règlement est à effectuer à l'ordre de : Audience-TOP/COM - 22 rue Plumet - 75015 PARIS / Siret : 38031847700029.

Références bancaires : Banque Quilvest 43789 - 00001 - 12 3382 02 001 96.

Signature du responsable :

Cachet de la société :

• À retourner avec le règlement avant le **30-05-2014** pour recevoir le dossier de participation à remplir.

TOP/COMGRANDS PRIX RÈGLEMENT CONSUMER

Date limite d'inscription

30 mai 2014

Pour recevoir le dossier
de participation

•Article 1 : Objet de la compétition

Le TOP/COM GROUP organise les TOP/COM GRANDS PRIX Consumer 2014 destinés à valoriser les marques et les produits de la consommation grand public dans leurs démarches de communication commerciale ou promotionnelle.

•Article 2 : Conditions de participation

La participation est ouverte à toute entreprise ou organisme ayant mis en place des stratégies ou des réalisations de communication dans les deux années précédant le TOP/COM GRANDS PRIX Consumer 2014 correspondant à l'une des sections et catégories des Grands Prix. Chaque inscription peut se faire dans plusieurs catégories de chaque section. Les conseils en communication (agences, agences médias, prestataires...) peuvent présenter leurs travaux dans les différentes catégories avec l'accord de leurs clients.

•Article 3 : Sections et catégories

Trente deux catégories représentent les différents domaines de la communication et sont groupées en huit grandes sections. Pour chaque section, un Grand Prix et un Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression seront décernés. Pour chaque catégorie, un TOP/COM GRANDS PRIX or, argent ou bronze pourra être attribué. Chaque inscription dans les catégories pour le TOP/COM GRANDS PRIX or, argent et bronze entre automatiquement en compétition pour le Grand Prix et le Prix spécial TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression de chaque section. En revanche, pour participer au Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX NOVANCIA du Développement Durable, MÉDIAMÉTRIE de la Mesure du ROI, PAGESJAUNES du Digital, il est nécessaire de s'inscrire spécifiquement.

•Article 4 : Jury

Le jury composé de trois personnalités au moins par catégorie se réunira à partir du 1er juillet 2014 à huis clos. Ce jury sera particulièrement attentif aux points suivants en fonction des catégories :

- cohérence de la communication avec la stratégie générale ;
- cohérence des réalisations avec la stratégie de communication ;
- adaptation du message et qualités d'imagination et de création ;
- efficacité vis-à-vis des cibles ;
- évaluation des résultats.

Il se déterminera au vu du dossier de participation. La liste des lauréats par catégorie sera rendue publique le 15 juillet 2014. Chaque primé sera alors invité du 7 au 8 octobre, à venir présenter et défendre son dossier pendant 15 minutes devant les jurés et les participants du TOP/COM GRANDS PRIX Consumer. Le jury décidera alors du classement des primés et attribuera les Prix Spéciaux TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression. La défense orale pourra s'appuyer sur des éléments visuels. Ceux-ci pourront être projetés par la régie du TOP/COM GRANDS PRIX à partir d'un CD ou d'une clé USB. Les primés pourront tester le matériel le 6 octobre 2014 de 14h00 à 17h00 à Novancia Montparnasse.

Un jury de spécialistes du développement durable et de la grande consommation sera spécialement constitué pour le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX NOVANCIA du Développement Durable. Il se déterminera au vu du dossier de participation. De même des jurys de professionnels de la communication seront réunis pour le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX MÉDIAMÉTRIE de la Mesure du ROI et le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX PAGESJAUNES du Digital.

•Article 5 : Fiche de candidature et Dossier de participation

Les dossiers de participation seront adressés à réception de la fiche de candidature et du règlement correspondant.

Date limite de réception des fiches de candidature : 30 mai 2014.

Date limite de réception des dossiers de participation : 16 juin 2014.

Aucun délai supplémentaire ne sera accordé.

Tout dossier non parvenu dans les délais ne sera pas pris en considération pour la compétition.

•Article 6 : Remise des prix

Les Grands Prix TOP/COM GRANDS PRIX Consumer, les TOP/COM GRANDS PRIX Consumer or, argent et bronze et les Prix Spéciaux TOP/COM GRANDS PRIX de l'Expression seront remis pendant le Congrès de la communication TOP/COM GRANDS PRIX Consumer le 9 octobre 2014. Le Prix TOP/COM GRANDS PRIX HEC de l'Audace Marketing, le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX NOVANCIA du Développement Durable, le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX MÉDIAMÉTRIE de la Mesure du ROI et le Prix Spécial TOP/COM GRANDS PRIX PAGESJAUNES du Digital seront remis pendant la séance d'ouverture du congrès le 6 octobre 2014.

•Article 7 : Droit d'inscription

La participation au TOP/COM GRANDS PRIX est fixée à 600 € HT pour les membres abonnés du Club TOP/COM PREMIUM ; 840 € HT pour les non membres abonnés du Club TOP/COM PREMIUM. Les abonnés à jour à la formule à 480 € du magazine TOP/COM EXPRESSION sont automatiquement membres du Club TOP/COM PREMIUM. Pour devenir membre abonné au Club TOP/COM PREMIUM, vous pouvez vous enregistrer sur www.clubtopcom.fr. En dehors de la réduction de 240 € HT par dossier inscrit, les membres abonnés du Club TOP/COM PREMIUM reçoivent :

Détail de l'offre pour 40 € par mois, soit 480 € TTC par an :

- 10 numéros du magazine TOP/COM EXPRESSION
- Le guide CONNECTED BY TOP/COM EXPRESSION
- L'identifiant et le mot de passe de TOP/COM GROUP

L'identifiant et mot de passe compris dans l'offre donnent accès sur www.topcom.fr aux différents contenus fermés du groupe :

- la lettre quotidienne TOP/COM NEWS avec les missions en cours de TOP/COM GIBORY
- la lettre hebdomadaire TOP/COM EXPRESSION INFOS, synthèse en pdf des actualités parues dans les quatre TOP/COM NEWS de la semaine
- les archives K2COM très utiles pour les prospections et les réponses aux appels d'offre
- les coordonnées complètes des 11 000 annonceurs présents dans les guides avec la possibilité de leur envoyer des mails groupés
- les présentations orales des primés du TOP/COM GRANDS PRIX avec les slides et les vidéos
- les fiches des 650 agences présentes dans la galerie de TOP/COM GIBORY et pour les agences référencées la possibilité de publier des vidéos et des visuels des campagnes sur leur espace personnel.

Chaque entité juridique qui inscrit un dossier en cochant la case « Membre abonné du Club TOP/COM PREMIUM » déclare être abonné à jour lors de l'inscription ou s'engage à devenir « Membre abonné du Club TOP/COM PREMIUM » et recevra une facture de 480 € TTC.

•Article 8 : Annulation

Les règlements établis à l'ordre de AUDIENCE-TOP/COM (Références bancaires : banque Quilvest 43789 - 00001 - 12 3382 02 001 96) devront accompagner la fiche de candidature. Les annulations dans le mois qui précède la date limite de réception des fiches de candidature seront prises en considération. A compter de cette date, le montant total de la participation sera dû.

•Article 9 : Acceptation

La participation aux TOP/COM GRANDS PRIX implique l'acceptation du présent règlement. Les candidats déclarent en outre être propriétaires des droits de toute nature permettant la reproduction des documents présentés et autorisent l'organisateur à les exploiter à des fins de valorisation des TOP/COM GRANDS PRIX.