

# Trophées Les Cubes 2010 — Règlement et conditions

## 1. Organismes et Partenaires de la compétition

LA POSTE - SA, au capital de 1.000.000 €, inscrite au RCS de PARIS, sous le n° 356.000.000, ayant son siège au 44 boulevard de Vaugirard à PARIS (75015), ci-après dénommée l'organisateur, organise du 18 juin 2010 au 19 octobre 2010 (date limite de dépôt des dossiers le 15/07/2010) une compétition intitulée "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance". Cette compétition appartient à LA POSTE et est organisée en partenariat avec le Conseil Régional Nord / Pas-de-Calais, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lille Métropole, M.O.V.E. (Mail Order Valley of Europe), la FEVAD (Fédération des Entreprises de Vente à Distance) et l'AACC (Association des Agences Conseils en Communication).

## 2. Objet de la compétition – opérations visées

2.1 La compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" a pour objectif de récompenser par des prix les annonceurs et les agences de publicité ou de conseil en communication, en distinguant les meilleures campagnes ou actions de Marketing Relationnel développées par eux entre juin 2009 et juin 2010.

2.2 Au sens du présent règlement, on entend par Marketing Relationnel toutes opérations de marketing direct, mailings, e-mailings, ISA (Imprimés Sans Adresse), messages SMS, messages MMS, catalogues de VPC, sites web marchands et e-commerce, campagnes transversales, campagnes multi-canal et campagnes sur les lieux de vente. L'organisateur est seul habilité à décider, en dernier ressort, si une entreprise, une campagne ou une action entre dans le champ de cette définition et se trouve donc éligible à la compétition.

## 3. Catégories de prix

Les prix délivrés dans le cadre de la compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" concernent les secteurs d'activité énumérés ci-dessous (art. 3.1), auxquels s'ajoute le Grand Cube 2010 (art. 3.2).

3.1 Un prix comportant trois échelons (Or, Argent et Bronze) est décerné pour chacune des neuf catégories sectorielles suivantes :

- Banque, assurance et crédit • ONG et grandes causes • Automobile et transports • Médias (Presse, TV, radio, cinéma, internet) • Santé, beauté, mode, bijoux
- Culture, loisirs, voyage • Grande consommation alimentaire et non alimentaire • B to B • Téléphonie et fournisseurs d'accès internet (FAI).

Le jury se réserve le droit de ne pas attribuer de prix (Or, Argent ou Bronze) dans une catégorie, s'il pense que le niveau attendu n'est pas atteint.

3.2 Le Grand Cube 2010 récompense, tous secteurs et toutes catégories confondus, la meilleure campagne ou action de Marketing Relationnel développée entre juin 2009 et juin 2010.

3.3 Le Cube du mailing de l'année récompensera parmi les inscrits à cette catégorie et tous secteurs et toutes catégories confondus, le meilleur mailing développé entre juin 2009 et juin 2010.

3.4 Le Cube du Catalogue de l'année récompensera parmi tous les inscrits à cette catégorie et tous secteurs et toutes catégories confondus, le catalogue le plus représentatif de toute la filière développé entre juin 2009 et juin 2010.

3.5 Les Prix des Cubes Spéciaux, sanctionnés par un Jury d'Experts, seront décernés dans les catégories suivantes :

- Le Cube Région Nord - Pas-de-Calais pour une opération innovante dans la région,
- Le Cube européen des Grandes Écoles et des Universités (avec le soutien de ESC Lille et de La Poste),
- Le Cube de l'innovation dans les technologies de la relation client (avec le soutien du Syndicat National de la Communication Directe),
- Le Grand Cube International.

3.6 L'organisateur se réserve le droit de modifier à tout moment les catégories de prix ci-dessus énumérées sans avoir à justifier de sa décision.

## 4. Durée de la compétition – inscription

4.1 La compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" est organisée du 18 juin 2010 au 19 octobre 2010. La date limite de remise des dossiers d'inscription et de candidature à la compétition est fixée au 15 juillet 2010 à minuit, le cachet de la poste faisant foi. Toute candidature expédiée après cette date ne pourra être prise en considération.

4.2 L'organisateur se réserve le droit discrétionnaire de prolonger, de modifier, de suspendre, de reporter, d'annuler purement et simplement ou de renouveler pour l'avenir cette opération ainsi que les modalités y afférentes, sans que sa responsabilité ne puisse être recherchée de ce fait.

## 5. Conditions et modalités de participation

Il appartient aux participants de prendre toutes les dispositions pour participer à cette compétition dans les délais et conformément au présent règlement et notamment eu égard à l'article 5 "Conditions et modalités de participation".

5.1 La compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" est ouverte à tout annonceur ou agence ayant développé une ou plusieurs action(s) ou campagne(s) de Marketing Relationnel entre juin 2009 et juin 2010. Chaque annonceur ou agence peut soumettre plusieurs actions ou campagnes de Marketing Relationnel. Il est rappelé la définition large du Marketing Relationnel donnée à l'article 2 du présent règlement ; l'organisateur est seul habilité à décider, en dernier ressort, si une entreprise, une campagne ou une action entre dans le champ de la compétition.

5.2 L'inscription s'effectue obligatoirement en ligne sur [www.lescubes.com](http://www.lescubes.com). Les candidats devront remplir tous les champs de l'inscription et télécharger les documents numériques correspondant à la nature de la campagne présentée :

Pour les campagnes print :

- Une mise en scène de la campagne dans son intégralité, en jpg basse définition.
- Une vue de chaque élément composant la campagne en jpg basse définition.

Pour les campagnes vidéo et MMS :

- Le fichier Mpeg de la vidéo complète.
- Le story board complet en jpg basse définition.

Pour les campagnes SMS :

- Une mise en scène de la campagne dans son intégralité, en jpg basse définition.

Pour les campagnes web :

- Une mise en scène de la campagne dans son intégralité, en jpg basse définition.
- L'url du site.
- 3 ou 4 vues des différents éléments composant la campagne ou le site, en jpg basse définition.

5.3 En complément de l'inscription en ligne, les concurrents devront obligatoirement envoyer les supports originaux de la campagne présentée, comme suit :

- Le numéro de dossier d'inscription fourni sur internet
- Le nom de l'agence
- Une mise en scène de la campagne dans son intégralité, en jpg haute définition.
- 3 ou 4 vues des différents éléments composant la campagne ou le site, en jpg haute définition.

Le tout doit être expédié avant le 15 juillet 2010 à minuit, le cachet de La Poste faisant foi, à l'adresse suivante :  
Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance, BP 109 - 59001 LILLE CEDEX

5.4 Toute inscription en ligne et dossier expédié après la date limite d'envoi, ainsi que tout dossier incomplet, détérioré, illisible, inexploitable ou ne contenant pas l'ensemble des documents et éléments nécessaires pour apprécier l'opération soumise seront définitivement écartés de la compétition.

5.5 L'organisateur n'est pas responsable de la perte, des dommages ou des retards subis dans la transmission des dossiers d'inscription ou de tout autre élément, document et/ou message liés à la présente opération. Les dossiers d'inscription ainsi que les éléments qu'ils contiennent ne seront pas renvoyés par l'organisateur.

5.6 Le fait de soumettre un dossier d'inscription à l'organisateur exprime la volonté du candidat de participer à la compétition et emporte acceptation sans réserve de sa part du présent règlement ainsi que des modalités afférentes à la compétition.

5.7 La Poste et tous les prestataires directement impliqués dans l'organisation de la compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" ne pourront en aucun cas concourir dans quelque catégorie que ce soit. Ils ne pourront donc pas être primés.

## **6. Jury**

6.1 Les prix décrits à l'article 3 du présent règlement sont décernés par un jury spécialement constitué pour la compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance". Les décisions du jury n'ont pas à être justifiées.

6.2 La composition du jury peut être demandée auprès de l'organisateur, à l'adresse suivante : "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance", BP 109 - 59001 LILLE CEDEX. La composition du jury n'est donnée qu'à titre purement indicatif et ne peut être en aucun cas considérée comme un engagement de l'organisateur. Celui-ci ne saurait en aucun cas voir sa responsabilité engagée, pour quelque motif que ce soit, notamment en cas de modification de la composition du jury ou d'absence de l'un de ses membres ou de tout autre événement influant sur l'organisation du jury ou de la compétition.

## **7. Critères d'évaluation – désignation des lauréats**

7.1 Les délibérations du jury de la compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" se clôtureront le 18 septembre 2010.

7.2 Les campagnes ou les actions soumises à l'examen du jury sont évaluées en fonction de trois registres de critères : efficacité, créativité et innovation.

7.2.1 Par efficacité, on entend pertinence de la réponse stratégique par rapport à l'objectif de l'annonceur et résultats quantitatifs et qualitatifs de l'annonceur.

7.2.2 Par créativité, on entend niveau de la ou des mécaniques marketing utilisée(s), qualité de la création publicitaire et pertinence par rapport à l'objectif fixé.

7.2.3 Par innovation, on entend caractère innovant des campagnes ou des actions, soit par l'utilisation de médias nouveaux, soit par l'emploi de techniques nouvelles.

7.3 Le jury est absolument souverain dans l'appréciation de ces critères d'évaluation et dans leur application aux actions et campagnes qu'il examine. Il n'a pas à justifier des décisions qu'il prend. Ces décisions, quelles qu'elles soient, ne peuvent être contestées.

7.4 L'attribution d'un prix exige des participants, outre le fait d'avoir été désignés par le jury, d'avoir respecté l'ensemble des stipulations du présent règlement.

## **8. Remise des prix – communication**

8.1 Les prix seront remis aux lauréats lors d'une cérémonie de remise de prix organisée à Lille. Seuls les Cubes d'Or seront décernés sur scène.

8.2 Le fait de se voir décerner un prix entraîne acceptation d'office et sans réserve de toutes les actions de communication et de promotion, sous quelque forme que ce soit, qui pourraient être liées à la compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance".

8.3 Il est notamment précisé que les dénominations sociales et marques des lauréats, les noms et prénoms de leurs représentants ainsi que toutes images prises ou obtenues dans le cadre de la compétition pourront être mentionnés, publiés ou utilisés par l'organisateur pour des actions de communication et de promotion liées à la compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance". Une telle utilisation est expressément autorisée par les participants qui, à cet effet et dans cette limite (communication et promotion liées à la compétition), cèdent gratuitement à l'organisateur pour une durée de dix ans, les droits d'utilisation, de diffusion et de reproduction de leur nom, marque, image et autres éléments d'identification. Cette cession ne donnera lieu à aucun dédommagement ni rémunération de quelque nature que ce soit.

## **9. Données nominatives**

9.1 Les participants à la compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" sont informés de ce que les informations nominatives recueillies dans le cadre de cette opération sont strictement nécessaires pour y participer. Ces informations sont destinées à l'organisateur et à ses partenaires.

9.2 Par application de l'article 27 de la loi n° 78-17 du 06 janvier 1978, dite loi "Informatique et Libertés", les participants bénéficient d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui les concernent et qu'ils peuvent exercer en s'adressant à : "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance", BP 109 - 59001 LILLE CEDEX.

## **10. Modification, annulation de la compétition**

L'organisateur se réserve la possibilité d'annuler, de reporter ou de modifier la compétition sans avoir à justifier d'un quelconque motif. Dans une telle hypothèse, l'organisateur ne saurait être tenu responsable des conséquences qui pourraient résulter d'une annulation, d'un report ou d'une modification de la compétition.

## **11. Règlement – acceptation**

11.1 Le présent règlement est déposé chez Maître Berna, huissier de justice à Tourcoing (59200), 6 rue Faidherbe. Il est adressé à toute personne qui en fait la demande auprès de : Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance, BP 109 - 59001 LILLE CEDEX. Il est également mis en ligne sur le site web lié à la compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" : <http://www.lescubes.com>

11.2 Le fait de participer à la compétition "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" emporte acceptation sans réserve et impose de se conformer strictement au présent règlement ainsi qu'à l'ensemble de ses clauses, dont les participants déclarent avoir pris connaissance.

## **12. Compétence juridictionnelle**

Les litiges pouvant naître à l'occasion de l'interprétation ou de l'exécution du présent règlement ainsi qu'à l'occasion de la compétition seront tranchés par l'organisateur. Ils devront lui être soumis par lettre recommandée avec demande d'avis de réception au plus tard dans le mois suivant la clôture de la compétition. En cas de contentieux et à défaut d'accord amiable, les litiges seront soumis aux tribunaux lillois qui appliqueront le droit français.

"Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" est une marque déposée de La Poste. Les prix "Les Cubes du Marketing Direct, du e-commerce et de la Vente à Distance" sont dessinés par un groupe d'élèves de deuxième année de l'Institut Supérieur de Design de Valenciennes, sous la direction de Monsieur Hervé Grolier.