

BRIEF

PRIX DU TERRITOIRE GRAPHIQUE DE LA 40^e ÉDITION

1. LE CONTEXTE

Créé en 1987, les Grands Prix de la Communication, organisés par l'Association Nationale des Communicants, récompensent chaque année les campagnes les plus marquantes, créatives et responsables portées par les professionnels du secteur : entreprises, institutions, agences, indépendants et collectifs.

L'événement réunit chaque année plus de 600 communicants et communicantes lors de la cérémonie à la Salle Gaveau, moment fort de reconnaissance et de partage pour toute la profession.

En 2026, à l'occasion de la 39^e édition, l'Association Nationale des Communicants propose un prix exceptionnel pour préparer les 40 ans des Grands Prix de la Communication : imaginer la nouvelle identité visuelle officielle, qui accompagnera l'événement pour les 5 prochaines éditions (2027–2031).

Ce concours créatif ouvert à tous vise à ancrer durablement l'identité des Grands Prix, à valoriser la créativité de la profession, et à créer une cohérence graphique sur plusieurs années à l'image des grands rendez-vous culturels et professionnels (Festival de Cannes, Deauville, etc.).

2. OBJECTIFS DU PRIX

- Créer une identité visuelle pérenne, forte et reconnaissable, déclinable sur plusieurs années.
- Renforcer la cohérence et la notoriété de l'événement.
- Valoriser la créativité et le talent des communicants à travers un concours collectif, inspirant et ouvert.
- Fédérer la communauté autour d'un projet collaboratif et symbolique pour les 40 ans des Grands Prix de la Communication.

3. Modalités de participation

Catégorie ouverte à tous : graphistes, agences, studios, freelances, collectifs ou étudiants.

4. Frais d'inscription et dépôt

- Dépôt gratuit sur la plateforme officielle des Grands Prix de la Communication. Les dépôts se font exclusivement en ligne sur cette plateforme.
- Le vote du public déterminera le gagnant final.
- Le projet gagnant deviendra l'identité graphique officielle des Grands Prix pour les éditions 2027 à 2031.

5. CALENDRIER PRÉVISIONNEL

- Ouverture des dépôts : 12 novembre 2025
- Clôture des candidatures : 6 février 2026
- Vote du public : juin 2026
- Annonce du lauréat : 4 juin 2026 - Lors de la cérémonie de remise des prix à la Salle Gaveau (Paris 08)

6. LES ATTENTES CRÉATIVES

La mission :

Imaginer un nouveau territoire graphique qui traduit :

- L'esprit des Grands Prix : créativité, inspiration, excellence et convivialité,
- L'ancrage professionnel et fédérateur de l'événement,
- Le rôle moteur de la communication dans la société.
- Maintenir une cohérence avec la charte graphique de l'Association Nationale des Communicants.

Les axes de création à explorer :

- Donner aux Grands Prix une signature visuelle iconique, identifiable et durable,
- Créer un univers adaptable : print, digital, motion, événementiel,
- Proposer une identité évolutive, permettant des déclinaisons légères chaque année.
- Imaginer un design éco-conçu, sobre et réutilisable.

7. LE CONTENU DU DOSSIER DE CANDIDATURE

Les informations à renseigner :

- Nom, prénom et/ou raison sociale,
- Email et téléphone de contact,
- Statut professionnel (agence, freelance, étudiant, etc.),
- Nom du ou des concepteurs graphiques.

Note d'intention (500 mots maximum)

- Vision créative et esprit souhaité pour les Grands Prix,
- Inspirations graphiques et symboliques,
- Intention autour du logo, de la typographie, des couleurs, du ton visuel global.

8. LES LIVRABLES À FOURNIR POUR LE DÉPÔT

Identité visuelle

- Logo proposé (.AI / .SVG + .PNG / .JPG),
- Déclinaison sur fond clair et foncé,
- Proposition d'un système visuel global (palette, typographies, éléments graphiques).

2. Déclinaisons sur supports (au minimum 3 parmi les suivants)

- Affiche ou poster officiel,
- Trophée,
- Visuel réseaux sociaux (dépôt de dossiers, jury, cérémonie),
- Slides pour les Journées du Jury et/ou la cérémonie,
- Page web ou moodboard digital,
- Diplômes

(L'ensemble doit montrer la cohérence de l'univers et sa capacité à vivre dans le temps.)

3. Présentation globale

- Un **PDF de présentation synthétique** (10 pages max, 20 Mo max) regroupant le concept, le logo, les visuels et les déclinaisons.

9. SI VOTRE PROJET EST LAURÉAT

Le projet gagnant deviendra l'identité officielle des 40ème Grands Prix et sera déployé sur l'ensemble des supports : affiches, web, réseaux sociaux, vidéos, signalétique et documents institutionnels.

Les livrables attendus après sélection :

- Charte graphique complète comprenant :
 - Logo principal,
 - Palette de couleurs et typographies,
 - Grilles de mise en page, iconographie, motifs, textures, visuels d'ambiance,
 - Règles d'usage et pack de fichiers sources.
- Templates modifiables (affiches, bannières, diplômes, visuels LinkedIn, présentation jury).
- Masque PPT pour les Journées du Jury et la cérémonie.
- Déclinaison spécifique "Édition 2027 – 40 ans" : visuel phare + déclinaisons réseaux.

Le lauréat sera cité sur tous les supports officiels des Grands Prix 2027 et mentionné sur le site pendant 5 ans.

Les livrables seront à livrer à l'association au plus tard le 25 septembre 2026.

10.CONTRAINTES ET RECOMMANDATIONS

Afin de garantir la cohérence globale des supports de l'Association Nationale des Communicants, les propositions devront respecter les principes suivants :

1. Cohérence avec l'identité de l'Association

- L'identité graphique proposée doit s'harmoniser avec la charte de l'Association Nationale des Communicants, tout en affirmant un univers propre aux Grands Prix de la Communication.
- La nouvelle charte devra pouvoir coexister visuellement avec celle de l'association sur certains supports communs : site internet, signatures de mail, communiqués, newsletters, etc.

2. Lisibilité et accessibilité

- Garantir une excellente lisibilité sur tous les formats : print, digital, motion, signalétique.
- Assurer un contraste de couleurs suffisant pour une bonne accessibilité (lecture par tous types de publics).
- Les typographies choisies doivent être clairement identifiées et libres de droits, ou accompagnées de licences ouvertes.

3. Règles rédactionnelles et typographiques

- L'appellation officielle de l'événement doit toujours être écrite avec des majuscules initiales : Grands Prix de la Communication
- Aucune abréviation, variante ou version simplifiée (*ex. : les grands prix, Grands Prix, GP Communication...*) ne doit être utilisée dans les supports de communication.
- Cette règle s'applique à l'ensemble des livrables, textes, maquettes, visuels, vidéos et présentations.

4. Durabilité

- L'identité doit pouvoir vivre sur 5 éditions, avec des évolutions annuelles légères, sans refonte complète.

5. Adaptabilité

- Le territoire graphique devra fonctionner aussi bien sur :
 - des supports print (affiches, trophées, signalétique, flyers),
 - que sur des supports digitaux (réseaux sociaux, site, motion, emailing).

- Le système graphique doit permettre une identité durable et flexible, capable de s'adapter à différents contextes de communication (jury, cérémonie, palmarès, etc.).
- L'ensemble des supports doit être pensé pour une **utilisation print et digitale**.
- Les visuels doivent pouvoir se décliner sur :
 - Réseaux sociaux (LinkedIn et Instagram),
 - Site des Grands Prix et site de l'Association Nationale des Communicants,
 - Emailings, bannières, motion design, supports événementiels.

6. Contraintes techniques

- Format vectoriel obligatoire pour le logo (.ai).
- Fichiers modifiables pour les supports principaux (affiches, bannières, visuels réseaux).
- Palette de couleurs compatible avec les environnements print (CMJN) et web (RVB/hexadécimal).
- Tous les éléments doivent être libres de droits (aucun visuel ou typographie propriétaire non cédée).

7. Formats

- Réseaux sociaux : 1080 x 1440 px ou 1080 x 1920 px
- Bannière plateforme : 652 x 420 px et 1255 x 512 px
- Diplômes : A4 - 21 x 29,7 cm
- PPT : 1920 px x 1080 px

11. CESSIION DE DROITS

En soumettant un projet, les participants :

- garantissent être auteurs ou titulaires des droits des créations soumises,
- autorisent l'Association Nationale des Communicants à utiliser les visuels à des fins de communication autour du concours (site, réseaux, presse),
- s'engagent, pour le lauréat, à céder les droits d'exploitation du projet pour les Grands Prix de la Communication, tout en conservant la paternité de l'œuvre.

L'Association s'engage à créditer le créateur sur tous les supports de communication et à maintenir sa visibilité sur le site officiel pendant 5 ans.

12. CONDITIONS LÉGALES ET ACCEPTATION

La participation à ce concours implique :

- l'acceptation pleine et entière du règlement général des Grands Prix de la Communication 2026,
- le respect des mentions légales, CGU et politique de confidentialité du site grandsprix.lescommunicants.fr

Le non-respect de ces conditions entraînera la disqualification automatique du dossier.

13. DÉPÔT DE DOSSIERS

Pour déposer un dossier, rendez-vous sur la [plateforme de dépôt officielle](#).

14. CONTACT

Pour tout complément d'information, vous pouvez contacter l'équipe à l'adresse grandsprix@lescommunicants.fr