DOSSIER D'INSCRIPTION

2027

grandsprix@lescommunicants.fr

LES GRANDS PRIX DE LA COMMUNICATION

40ÈME EDITION

80 ANS DE COMMUNICATION, 40 ANS D'EXCELLENCE

ASSOCIATION NATIONALE DES COMMUNICANTS

LES GRANDS PRIX DE LA COMMUNICATION

En 1947, quelques professionnels de la communication décidaient de se fédérer pour faire reconnaître un métier alors naissant. Quatre-vingts ans plus tard, Les Communicants réunissent plus de 1 500 professionnels de toute la chaîne de valeur du secteur - entreprises, institutions, agences, freelances. Les Grands Prix de la Communication, qui fêtent cette année leur 40e édition, sont depuis leur origine le reflet de cette diversité : une compétition ouverte, où la qualité d'un dossier compte plus que la taille de son budget ou la notoriété de son commanditaire.

Participer, c'est d'abord donner à votre équipe la reconnaissance qu'elle mérite : un jury composé pour l'essentiel de directeurs et directrices de la communication en exercice - les premiers concernés, les mieux placés pour juger de la pertinence stratégique autant que de la qualité d'exécution de votre dispositif. C'est aussi un exercice utile en soi : raconter votre campagne à un jury qui ne connaît ni votre secteur ni votre client vous oblige à en clarifier l'essentiel, ce qui compte souvent bien au-delà de la compétition.

Cette édition anniversaire nous donne l'occasion de regarder comment notre secteur célèbre lui-même ses propres jalons : c'est le sens du Prix Anniversaire, catégorie exceptionnelle ouverte aux dispositifs de marque construits autour d'un anniversaire ou d'un moment fondateur. Rester une compétition œcuménique, accessible à toutes les structures, grandes ou petites, publiques ou privées, tout en maintenant l'exigence d'un jury de pairs : c'est cet équilibre qui fait depuis 40 ans la crédibilité de nos Grands Prix et depuis 80 ans la richesse de notre Association.

Ce dossier réunit tout ce qu'il vous faut pour candidater dans les meilleures conditions. Nous avons hâte de découvrir vos réalisations.

Constance Wiblé & Assaël Adary, Co-Présidents
Agnès Grellet, Déléguée Générale

Association Nationale des Communicants

ASSOCIATION NATIONALE DES COMMUNICANTS

Les communicants, 80 ans au service d’un métier

Les Grands Prix de la Communication sont organisés par l’Association Nationale des Communicants, association unique, car œcuménique.

Créée en 1947, elle fédère aujourd'hui un réseau de plus de 1 500 professionnels issus de l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur : entreprises privées ou publiques, agences, freelances et étudiants.

Ce qui distingue nos Grands Prix

Chaque année, les Grands Prix rassemblent les campagnes les plus créatives, efficaces et inspirantes de la profession, et réunissent lors de leur cérémonie plus de 500 professionnels du secteur.

Un jury de pairs, pas de théoriciens

Le jury est composé pour l'essentiel de Directeurs et Directrices de la Communication en exercice, adhérents, non-adhérents ou lauréats des éditions précédentes, complété par les membres du Conseil d'Administration de l’Association.
Ce sont les vrais décideurs du secteur qui évaluent votre dossier, pas des observateurs extérieurs.

Une grille pensée par nature de projet, pas par taille de budget

Nos 22 catégories sont organisées selon la nature de l'acte de communication, ce que vous avez réalisé et non selon la taille de votre structure, votre statut public ou privé, ou l'ampleur de votre budget. Une petite association et un grand groupe peuvent se retrouver dans la même catégorie, jugés sur les mêmes critères.

Une compétition ouverte à tous les acteurs du secteur

Entreprises, institutions publiques, associations, fondations, collectivités, agences et freelances peuvent concourir dès lors que leur réalisation répond aux critères de la catégorie choisie. Nous restons une compétition œcuménique, accueillante pour toutes les structures.

Le jury

Composition

Le jury est composé pour l'essentiel de Directeurs et Directrices de la Communication en exercice, adhérents, non-adhérents ou lauréats des éditions précédentes, complété par les membres du Conseil d'Administration de l'Association.

Fonctionnement

- Évaluation en ligne de l'ensemble des dossiers pour sélectionner les finalistes de chaque catégorie
- Journées du Jury en présentiel : les finalistes pitchent devant le jury, qui établit le classement Or, Argent, Bronze
- Parmi les lauréats Or, le jury sélectionne jusqu'à 5 dossiers finalistes pour le Grand Prix, soumis au vote du public le soir de la cérémonie

Critères	Points
Pertinence et stratégie : clarté des objectifs, des cibles, adéquation problématique/stratégie	5
Créativité et originalité : force du concept, caractère innovant et différenciant	5
Exécution et réalisation : qualité de la mise en œuvre, cohérence des canaux	5
Résultats et impact : mesure de l'efficacité, atteinte des objectifs	5
Responsabilité et éthique : inclusivité, éthique, responsabilité sociétale	Bonus

Un membre du jury s'abstiendra de voter pour toute catégorie où lui ou son organisation présente un dossier.

Les participants

Qui peut participer ? Toute entreprise ou organisation, privée ou publique, agences, sociétés de production, freelances, administrations, collectivités, ONG, associations, fondations, écoles, ayant mené une réalisation de communication entre janvier 2026 et février 2027.

Les étapes Clés

- **2 novembre 2026** : Ouverture de la plateforme
- Du **lundi 2 novembre au vendredi 11 décembre 2026** : Early Bird (-20%)
- Du **12 décembre 2026 au 29 janvier 2027** : Tarif normal
- Du **1er au 22 mars 2027** : Vote en ligne du jury
- **À partir du 30 mars 2027** : Convocation des finalistes
- **22 et 23 avril 2027** : Journées du jury (pitchs)
- **Mardi 1er juin 2027** : Cérémonie de remise des prix Théâtre Mogador, Paris 9e

Les tarifs

Profil	Tarif de base HT	Catégorie supplémentaire HT
Adhérents	550€	450€
Freelances adhérents	390€	290€
Associations partenaires	790€	690€
Tous publics	990€	890€

Le tarif **Early Bird (-20%)** s'applique à tout devis validé du **2 novembre au 11 décembre 2026** inclus. Pour en savoir plus, contactez **office@lescommunicants.fr**

Les éléments à réunir

- Un visuel principal, jpg/jpeg/png, représentatif de votre dispositif
- Une vidéo de présentation : 2 min max pour le vote des jurés en ligne et en présentiel
- Une vidéo de 30 secondes ou une présentation pdf de 5 slides utilisé pour la cérémonie et/ou les supports de communication de l'Association.
- Vos textes de cadrage : problématique, objectifs, cibles, mise en œuvre, résultats
- Une fourchette de budget, confidentielle, communiquée au jury uniquement
- Les informations de l'agence et de l'entreprise
- Vos informations de facturation

Les catégories

22 catégories permanentes réparties en 6 familles (voir la liste complète page 5), organisées par nature de l'acte de communication plutôt que par secteur ou budget.
S'y ajoute pour cette édition un Prix spécial : le **Prix Anniversaire**. Qu'est-ce que le Prix Anniversaire ? Une catégorie exceptionnelle, dans le cadre des 80 ans de Les Communicants, ouverte aux dispositifs construits autour d'un anniversaire ou d'un moment fondateur, réalisés au cours des 5 dernières années.

Si le nombre ou la qualité des dossiers reçus le justifie, une catégorie pourra être annulée ou fusionnée avec une autre. Les candidats concernés en seront informés et pourront présenter leur dossier dans une catégorie de substitution.

IDENTITÉ VISUELLE & ÉDITORIALE

Construire ou exprimer l'identité de la marque, sous forme de visuels ou de contenus éditoriaux destinés à durer.

CRÉATION DE MARQUE/IDENTITÉ VISUELLE

Travaux stratégiques et créatifs de définition, repositionnement ou évolution d'une marque : logo, charte graphique, territoire de marque, univers et expression visuelle.

CONTENU ET CRÉATION ÉDITORIALE EXTERNE

Publications et supports destinés aux clients, partenaires ou grand public : magazines, journaux de marque, brochures, livres, yearbooks, plaquettes.

RAPPORT ANNUEL ET/OU INSTITUTIONNEL

Supports au service de l'information institutionnelle, financière et RSE : rapports annuels, intégrés, d'activité ou de durabilité.

CONTENU ET CRÉATION ÉDITORIALE INTERNE

Travaux éditoriaux destinés aux collaborateurs : journaux internes, newsletters, ou tout support favorisant l'information et la cohésion interne.

DIGITAL

Construire une présence numérique ou déployer un dispositif digital, qu'il s'adresse aux publics externes ou aux collaborateurs.

MÉDIAS SOCIAUX

Dispositifs digitaux multicanaux ou social media contribuant à la visibilité, la notoriété ou l'engagement des publics externes.

PLATEFORME, SITE & APP

Création de plateformes, sites ou applications centrés sur l'expérience utilisateur, l'interactivité et l'innovation.

DIGITAL INTERNE

Solutions numériques ou collaboratives internes favorisant la communication, la transformation ou l'engagement des collaborateurs.

EXPÉRIENCE & RENCONTRE DES PUBLICS

Mettre la marque en présence physique ou ciblée de ses publics, sur un temps ou un lieu donné.

DISPOSITIFS ÉVÉNEMENTIELS DE COMMUNICATION EXTERNE

Evénements externes, physiques, hybrides ou expérientiels, incarnant la stratégie et les valeurs d'une marque ou institution.

DISPOSITIFS ÉVÉNEMENTIELS DE COMMUNICATION INTERNE

Evénements internes, physiques, hybrides ou expérientiels, destinés aux collaborateurs.

ACTIVATION DE MARQUE SUR SALONS, FESTIVALS OU ÉVÉNEMENTS TIERS

Dispositifs de présence et d'activation de marque lors de salons professionnels, festivals, foires ou événements tiers.

CAMPAGNE À DESTINATION DES JEUNES PUBLICS

Actions ou dispositifs conçus pour engager et sensibiliser les 15-24 ans autour d'une marque, d'une cause ou d'un projet.

VIDÉO & AUDIO

Produire des contenus audiovisuels ou sonores de marque, quel que soit leur public.

VIDÉO EXTERNE

Productions audiovisuelles externes : films de marque, documentaires, web-séries, tutoriels, vidéos produits ou contenus viraux.

VIDÉO INTERNE

Productions vidéo internes : reportages, fictions, motion design, vidéos RH, contenus pédagogiques ou de formation.

IDENTITÉ SONORE & PODCAST

Création ou évolution d'une identité sonore (signature, jingle, habillage audio, sound design) ou dispositifs audio type podcasts, créations sonores, programmes audio de marque.

RELATIONS & COMMUNICATION CONTINUE

Construire ou entretenir une relation dans la durée, relation médiatique, réputation, ou communication générale, plutôt qu'un projet ponctuel.

DISPOSITIF RELATIONS MÉDIAS & INFLUENCE

Actions médiatiques et collaborations avec des journalistes, influenceurs, experts ou créateurs, valorisant la notoriété et la reconnaissance d'une marque.

DISPOSITIF GESTION DE RÉPUTATION & DE CRISE

Dispositifs de prévention, de veille ou de réponse déployés pour protéger ou rétablir la réputation d'une marque ou d'une organisation face à un enjeu sensible.

DISPOSITIF DE COMMUNICATION EXTERNE

Tout dispositif à destination des publics externes, tous médias confondus.

DISPOSITIF DE COMMUNICATION INTERNE

Dispositif à destination des publics internes, tous médias confondus.

CONVAINCRE & MOBILISER

Persuader ou mobiliser un public autour d'une offre, d'un employeur ou d'une cause, à travers une campagne.

CAMPAGNE MARQUE EMPLOYEUR/RECRUTEMENT

Stratégies et dispositifs valorisant l'attractivité, les valeurs et la culture d'une entreprise auprès de ses collaborateurs et futurs talents, ou favorisant l'attraction, la sélection et l'intégration de nouveaux profils.

CAMPAGNE RSE

Engagement citoyen, sociétal & environnemental : initiatives de communication mobilisant activement un public interne ou externe autour d'une cause, d'un projet ou d'un enjeu social, sociétal ou environnemental.

CAMPAGNE PUBLICITAIRE CORPORATE

Stratégies de communication diffusées sur un ou plusieurs médias, visant à promouvoir une marque ou une entreprise.

CAMPAGNE D'INTÉRÊT GÉNÉRAL (SECTEUR PUBLIC)

Campagnes de sensibilisation ou de prévention portées par des acteurs publics dont la vocation est d'améliorer un comportement individuel ou collectif.

SPÉCIAL 2027

Dispositif anniversaire de marque
Ouvert aux projets liés à un anniversaire ou jalon marquant, réalisés au cours des 5 dernières années. Catégorie exceptionnelle propre à l'édition 2027 dans le cadre des 80 ans de l'Association.

Je dépose un dossier

Conditions générales de vente

Les présentes conditions générales de vente s'appliquent à l'ensemble des candidats aux Grands Prix de la Communication. Tout dépôt de candidature emporte l'acceptation pleine et entière des présentes conditions, sans réserve ni restriction.

Article 1 - Objet
Les Grands Prix de la Communication sont organisés par l'Association Nationale des Communicants. Ils ont pour objet de distinguer, chaque année, les réalisations de communication qui témoignent du plus haut niveau de professionnalisme, de créativité et d'efficacité, dans chacune des catégories de la compétition. La présente édition, la 40e, s'inscrit dans l'année du 80e anniversaire de l'association.

Article 2 - Candidats éligibles
Peuvent concourir toute entreprise privée ou organisation publique (tel que les administrations, les collectivités territoriales...), les ONG, associations, fondations et établissements d'enseignement, les agences, sociétés de production ainsi que les freelances.
Une agence ne peut présenter un dossier qu'avec l'accord explicite et préalable de l'entreprise ou de l'institution dont elle présente la réalisation.

Article 3 - Période de qualification
Les réalisations éligibles doivent avoir été mises en œuvre entre janvier 2026 et février 2027. Pour le Prix Anniversaire, catégorie hors grille, la période acceptée est étendue aux cinq années précédant la clôture des dépôts. Une réalisation déjà présentée lors d'une édition précédente ne peut être représentée, sauf évolution substantielle du dispositif.

Article 4 - Catégories
La compétition comprend 22 catégories permanentes réparties en 6 familles, ainsi qu'un Prix spécial hors grille pour cette édition : le Prix Anniversaire. Une même réalisation peut être déposée dans plusieurs catégories, sous réserve d'un dossier distinct et de frais d'inscription pour chacune. Les Communicants se réservent le droit de fusionner, suspendre ou ne pas attribuer une catégorie si le nombre ou la qualité des dossiers reçus le justifie ; les candidats concernés en seront informés et pourront faire valoir leur dossier dans une catégorie de substitution.

Article 5 - Modalités et frais d'inscription
Les frais d'inscription sont fixés à 550€ HT pour les adhérents, 390€ HT pour les freelances adhérents, 790€ HT pour les associations partenaires et 990€ HT pour tout autre candidat, avec un tarif réduit pour le dépôt d'une même réalisation dans une catégorie supplémentaire. Un tarif Early Bird (-20%) s'applique à tout dossier dont le devis est validé entre le 2 novembre et le 11 décembre 2026. Passé le 29 janvier 2027 à 23h59, une majoration s'applique aux dossiers déposés jusqu'au 5 février 2027 à 23h59, terme de la clôture définitive de la plateforme. Si une catégorie ne fait l'objet d'aucune récompense, les frais d'inscription perçus restent acquis à Les Communicants.

Article 6 - Incitations lauréats
Les lauréats Or d'une édition précédente bénéficient d'une remise additionnelle de 10% sur le tarif en vigueur au moment de leur nouveau dépôt ; les lauréats Argent et Bronze bénéficient d'une remise additionnelle de 5%. Ces remises s'appliquent sur un seul dossier déposé au tarif actif à la date de validation du devis, quel que soit le palier tarifaire concerné.

Article 7 - Règlement des frais de participation
Les frais de participation doivent être réglés sous 30 jours. À défaut de règlement dans ce délai, Les Communicants se réservent le droit de ne pas présenter le dossier concerné au jury, sans qu'aucun remboursement des frais déjà engagés ne puisse être exigé.

Article 8 - Anonymat des agences
Par souci d'équité entre candidats, le nom et le logo de l'agence ne doivent apparaître sur aucun support transmis au jury (textes, visuels, vidéos, noms de fichiers). Le non-respect de cette règle peut entraîner l'exclusion du dossier de la compétition, à la seule appréciation du secrétariat général.

Article 9 - Confidentialité du budget
L'indication du budget, sous forme de fourchette est demandée mais cette information est strictement confidentielle : elle n'est communiquée qu'au jury, aux seules fins d'apprécier la proportionnalité des résultats obtenus, et ne fait l'objet d'aucune publication, sous quelque forme que ce soit.

Article 10 - Composition et fonctionnement du jury
Le jury est composé de membres du Conseil d'Administration de l'Association Nationale des Communicants, de Directeurs et Directrices de la Communication en exercice, adhérents ou non adhérents, de lauréats des éditions précédentes, et, à la marge, de représentants d'associations partenaires. Le jury examine l'ensemble des dossiers dans un premier temps en ligne, puis reçoit les finalistes de chaque catégorie lors des Journées du Jury pour établir le classement Or, Argent et Bronze. Un membre du jury s'abstient de toute participation au vote pour toute catégorie dans laquelle il ou son organisation présente un dossier.

Article 11 - Confidentialité des résultats
Le classement Or, Argent et Bronze de chaque catégorie demeure strictement confidentiel jusqu'à son annonce officielle lors de la cérémonie de remise des prix. Seuls les lauréats Or sélectionnés par le jury pour concourir au Grand Prix (cinq dossiers au maximum) sont informés en amont de leur statut de finaliste, à la seule fin de préparer leur présentation en direct ; cette information ne préjuge en rien de leur classement final dans leur catégorie.

Article 12 - Le Grand Prix
Parmi les lauréats Or, le jury sélectionne au maximum cinq dossiers finalistes soumis au vote du public présent lors de la cérémonie. Le dossier ayant recueilli le plus de voix reçoit le Grand Prix de la Communication de l'année. Le ou les représentants du dossier lauréat du Grand Prix intègrent le jury de l'édition suivante et ne peuvent y présenter à nouveau ce même dossier.

Article 13 - Cession de droits et utilisation promotionnelle
En déposant sa candidature, le candidat garantit être titulaire de l'ensemble des droits de propriété intellectuelle afférents aux éléments transmis (textes, visuels, sons, vidéos, logos) et autorise l'Association Nationale des Communicants et ses partenaires à les utiliser, à des fins de promotion des Grands Prix et de l'association, sur tout support (site internet, réseaux sociaux, newsletters, presse). Sauf demande contraire expresse du candidat, tout support présenté sera référencé sur le Bench' de la Com, centre de documentation en ligne accessible via lescommunicants.fr, après la cérémonie de remise des prix.

Article 14 - Restitution des supports
Aucun support, physique ou numérique, n'est restitué à l'issue des délibérations ou de la cérémonie, sauf demande expresse formulée par le candidat au moment du dépôt.

Article 15 - Cas de force majeure et annulation
Les Communicants ne pourront être tenus responsables de tout retard ou annulation résultant d'un cas de force majeure au sens de la jurisprudence française. En cas de nombre de dossiers jugé insuffisant dans une ou plusieurs catégories, Les Communicants se réservent le droit d'annuler la ou les catégories concernées ; les frais d'inscription afférents seront alors intégralement remboursés, sans qu'aucune indemnité complémentaire puisse être réclamée.

Article 16 - Acceptation du règlement
Le dépôt d'une candidature aux Grands Prix de la Communication emporte l'acceptation pleine et entière du présent règlement et des présentes conditions générales de vente. Tout cas non prévu par celles-ci sera examiné par le secrétariat général des Grands Prix de la Communication.

Article 17 - Secrétariat général
Le secrétariat général des Grands Prix de la Communication est assuré par l'Association Nationale des Communicants situé au 23 rue La Boétie, 75008 Paris. Les candidatures sont déposées exclusivement en ligne sur grandsprix.lescommunicants.fr, avant le vendredi 29 janvier 2027 à 23h59 (tarif standard), avec possibilité de dépôt tardif majoré jusqu'au 5 février 2027 à 23h59, terme de la clôture définitive de la plateforme.

LES GRANDS PRIX DE LA COMMUNICATION

grandsprix.lescommunicants.fr

ASSOCIATION NATIONALE DES COMMUNICANTS