

# Prix Format Libre

31<sup>e</sup> édition  
Mise à jour avril 2026



**Centraide**  
Québec et  
Chaudière-Appalaches

**Imédia.**

**IGA**  
*des Sources*



Gestion de patrimoine  
Dominion valeurs mobilières

Deschênes Gestion Privée

---

1.0	<b>Introduction</b>	04
2.0	<b>Fonctionnement</b>	05
3.0	<b>Conditions d'admissibilité et modalités d'inscription</b>	06
4.0	<b>Dates importantes</b>	07
5.0	<b>Anonymat et nomenclature</b>	08
6.0	<b>Description des catégories</b>	09
6.1	<b>Stratégie et Talent</b>	9
	Relève de l'année	9
	Professionnel·le de l'année	10
	Hommage de carrière	11
	Stratégie de l'année en communication	12
	Événement de l'année	13
	Stratégie de relations publiques	14

---

6.2 Campagne publicitaire	15
Campagne télévision – Régionale	15
Campagne télévision – Nationale	16
Campagne radio – Régionale	17
Campagne radio – Nationale	18
Campagne journal et magazine	19
Campagne affichage – Régionale	20
Campagne affichage – Nationale	21
Campagne numérique	22
Campagne intégrée	23
Craft	24
6.3 Design	25
Image de marque	25
Affiche	26
Site Web	27
Motion	28
6.4 Web	29
Site web vitrine	29
Site web transactionnel	30
Page d’atterrissage ( <i>landing page</i> )	31

Un événement engagé pour célébrer l'excellence en communication et marketing.

Format Libre, c'est le plus grand rassemblement de l'industrie des communications et du marketing dans la région de Québec. Véritable tradition depuis 30 ans, cet événement festif et engagé est l'occasion de souligner le talent, la créativité et le leadership des professionnel·le·s et entreprises qui façonnent notre milieu.

Chaque année, les Prix Format Libre sont remis à celles et ceux qui, par leur vision, leur audace et leur impact, contribuent à faire avancer notre industrie. Cette marque de reconnaissance, devenue la plus convoitée du secteur dans la Capitale-Nationale, célèbre les bons coups et les réalisations qui inspirent toute une communauté.

Organisé par Imédia Firme Créative, Format Libre redistribue l'ensemble de ses profits à Centraide Québec et Chaudière-Appalaches et soutient, via le Fonds SVP Format Libre, d'autres initiatives solidaires dans la région.

Ce guide a pour but de vous accompagner dans le dépôt de votre candidature ou de celle d'un·e collègue, partenaire ou leader qui mérite d'être reconnu·e.

Chaque année, les Prix Format Libre sont décernés à la suite d'un processus de sélection rigoureux, supervisé par le [conseil d'administration](#) (CA) de l'événement. Le CA mandate un jury indépendant, composé de professionnel-le-s issu-e-s de disciplines variées, afin d'assurer une évaluation multidimensionnelle et équitable des candidatures.

Le jury est sélectionné pour son expertise, sa sensibilité créative et sa connaissance du milieu des communications, du marketing, de la création et de la production. L'ensemble des projets soumis est évalué selon des critères établis à l'avance, dans une perspective d'excellence, d'innovation et de pertinence.

Les délibérations se déroulent en personne, dans un environnement confidentiel et encadré. Un-e membre du CA est présent afin de veiller au bon déroulement des échanges et au respect de l'éthique du processus. Les discussions sont ouvertes, constructives et menées avec un souci de transparence.

Tous les votes sont effectués de manière anonyme, pour éviter toute pression ou influence indue. De plus, si un-e membre du jury est affilié-e à une entreprise ayant soumis une candidature, cette personne est tenue de s'abstenir de commentaires pendant la délibération de la pièce concernée, afin de préserver l'impartialité du jugement.

Une fois les délibérations terminées, les projets ou personnes finalistes sont annoncés publiquement ainsi que par courriel. Les gagnant-e-s sont ensuite révélé-e-s lors de la grande soirée de remise des prix, qui se tiendra cette année le 26 novembre une fois de plus au Manège militaire Voltigeurs de Québec.

Ce fonctionnement vise à garantir un processus juste, crédible et professionnel, en reconnaissant les projets qui se démarquent par leur créativité, leur impact et leur pertinence dans l'écosystème des communications.

# 3.0 Conditions d'admissibilité et modalités d'inscription

## Plateforme de dépôt

Toutes les inscriptions doivent être faites exclusivement via la [plateforme officielle de dépôt](#).

Aucune candidature envoyée par courriel ou par tout autre moyen ne sera acceptée.

## Qui peut soumettre

Tous les projets soumis doivent avoir été conçus et réalisés dans la région de Québec et Chaudière-Appalaches.

Certaines catégories exigent également un achat média local. Veuillez consulter les détails propres à chaque catégorie avant de soumettre une candidature.

## Frais d'inscriptions

L'inscription se fait sous forme de contribution caritative. Un don minimal de 90\$ par soumission est requis à l'exception de la catégorie Talent, le don est alors volontaire.

L'ensemble des dons est remis à Centraide Québec et Chaudière-Appalaches.

## Période d'admissibilité

Les projets doivent avoir été diffusés entre le 1<sup>er</sup> septembre 2025 et le 30 août 2026.

## Accès à la soirée Format Libre

Veuillez noter que le dépôt d'un projet ne comprend pas l'accès à la soirée Format Libre. Les billets doivent être achetés séparément lors de l'ouverture de la billetterie pour assister à l'événement. Toutes les informations relatives au déroulement de la soirée se retrouveront sur le site [formatlibre.ca](http://formatlibre.ca) ou sur nos réseaux sociaux [Facebook](#), [Instagram](#) et [LinkedIn](#).

## Multiplés inscriptions

Un même projet peut être soumis dans plus d'une catégorie\*, tant que les critères propres à chaque catégorie et discipline sont respectés.

Une même agence ou entreprise peut également inscrire plus d'une pièce/personne dans une même catégorie.

\* Exception – Campagne publicitaire: pour cette catégorie, un projet ne peut être inscrit que dans une seule sous-catégorie. Si votre projet correspond à plusieurs sous-catégories, nous vous invitons à choisir la plus pertinente ou à l'inscrire dans « Campagne intégrée ».

## 4.0 Dates importantes

Ouverture des candidatures	Juillet 2026
Fermeture des candidatures	8 septembre 2026 à 23 h 59
Délibération	Semaine du 28 septembre 2026
Présentation des finalistes	Semaine du 12 octobre 2026
Ouverture de la billetterie	Octobre 2026
Fermeture de la billetterie	19 novembre 2026
Événement et remise des prix	26 novembre 2026

Toutes les pièces soumises à Format Libre doivent impérativement respecter l'anonymat de leurs auteur·ice·s, afin de garantir une impartialité totale lors des délibérations. Aucun fichier, lien, image ou média ne doit contenir de mention permettant d'identifier l'agence ou le créateur.

Par souci d'uniformité, les fichiers doivent respecter la nomenclature suivante :

NomClient\_TypeProjet\_01.XXX,  
NomClient\_TypeProjet\_02.XXX, etc.

Et les liens doivent être neutres et valides d'août 2025 à septembre 2026. Aucune référence à l'agence ne doit être présente.

Exemple à proscrire :  
NomAgence\_inscription.com

Exemple à fournir :  
NomClient\_inscription.com ou NomProjet\_inscription.com

Les crédits détaillés ne seront pas transmis au jury et doivent suivre ce format :

NomAgence\_PrénomNom\_TitreProfessionnel  
NomAgence\_PrénomNom\_TitreProfessionnel, etc.

## 6.1 Stratégie et Talent | Relève de l'année

Un-e professionnel-le\* de la région de Québec et Chaudière–Appalaches qui s'est démarqué-e dans l'industrie des communications. \*La personne doit être âgée de 30 ans et moins avant le 31 décembre de l'année précédente.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du ou de la candidat-e	Texte	—
Photo d'identification (photo du ou de la professionnel-le)	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Logo de l'entreprise	.AI ou .EPS	Format vectoriel
Travaux, projets ou réalisations en lien avec le parcours	.PDF, .JPG, .PNG ou .MP4 (compression h.264)	De 3 à 10 éléments: - Photos: formats JPG ou PNG, poids total max 7 MB - Vidéos: MP4, compression h.264, ratio 16:9, résolution min. 1280x720 (idéalement 1920x1080)
Présentation du ou de la candidat-e	.PDF	Maximum 5 pages (2 MB). Doit inclure: - Nom, prénom et âge au 31 décembre 2025 -Titre professionnel et nom de l'employeur - Résumé du parcours académique et professionnel - Implications ou projets personnels en communication/marketing - Optionnel: fournir un lien vers le profil LinkedIn, Facebook, Instagram ou le site web du ou de la candidat.e ou de l'entreprise
Crédits (le cas échéant)	Texte	Personnes ou collaborateur-ric-e-s impliqué-e-s dans un projet collectif

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Innovation/approche distinctive | Rayonnement | Pertinence des actions de communication

## 6.1 Stratégie et Talent | Professionnel·le de l'année

Un·e professionnel·le de la région de Québec et Chaudière–Appalaches qui s'est démarqué·e dans l'industrie des communications.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du ou de la candidat·e	Texte	—
Photo d'identification (photo du ou de la professionnel·le)	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Logo de l'entreprise	.AI ou .EPS	Format vectoriel
Travaux, projets ou réalisations en lien avec le parcours	.PDF, .JPG, .PNG ou .MP4 (compression h.264)	De 3 à 10 éléments: – Photos: formats JPG ou PNG, poids total max 7 MB – Vidéos: MP4, compression h.264, ratio 16:9, résolution min. 1280x720 (idéalement 1920x1080)
Présentation du ou de la candidat·e	.PDF	Maximum 5 pages (2 MB). Doit inclure: – Nom, prénom – Titre professionnel et nom de l'entreprise – Résumé du parcours professionnel – Résumé de la dernière année professionnelle (parcours et actions professionnels) – Optionnel: fournir un lien vers le profil LinkedIn, Facebook, Instagram ou le site web du ou de la candidat·e ou de l'entreprise
Crédits (le cas échéant)	Texte	Personnes ou collaborateur·rice·s impliqué·e·s dans un projet collectif

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Innovation/approche distinctive | Rayonnement | Pertinence des actions de communication

## 6.1 Stratégie et Talent | Hommage de carrière

Un-e professionnel-le\* ayant œuvré majoritairement dans la région de Québec et Chaudière–Appalaches et qui a fortement marqué l’industrie de la communication par l’ensemble de son travail durant sa carrière. \*Ce ou cette professionnel-le doit être à la retraite.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du ou de la professionnel-le	Texte	—
Photo d’identification (photo du ou de la professionnel-le)	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Logo de l’entreprise	.AI ou .EPS	Format vectoriel
Images ou vidéos liées à la carrière	.PDF, .JPG, .PNG ou .MP4 (compression h.264)	De 10 à 20 éléments: – Photos: formats JPG ou PNG, poids total max 7 MB – Vidéos: MP4, compression h.264, ratio 16:9, résolution min. 1280x720 (idéalement 1920x1080), max 100 MB
Présentation du ou de la professionnel-le	.PDF	Max 5 pages / 2 MB. Doit inclure: – Nom et prénom – Résumé du parcours professionnel – Optionnel: fournir un lien vers le profil LinkedIn, Facebook, Instagram ou le site web du ou de la candidat.e ou de l’entreprise
Crédits	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Innovation/approche distinctive/originalité | Rayonnement | Pertinence des actions de communication

## 6.1 Stratégie et Talent | Stratégie de l'année en communication

Stratégie de communication et résultat de campagne intégrée d'un projet donné (campagne numérique, traditionnelle, stunt, etc.).

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Logo de l'entreprise	.AI ou .EPS	Format vectoriel
Images ou vidéos des actions de communication	.PDF, .JPG, .PNG ou .MP4 (compression h.264)	De 3 à 10 éléments: - Photos: formats JPG ou PNG, poids total max 7 MB - Vidéos: MP4, compression h.264, ratio 16:9, résolution min. 1280x720 (idéalement 1920x1080), max 100 MB
Présentation de la stratégie	.PDF	Max 5 pages / 2 MB. Doit inclure: - Nom du client ou de l'entreprise - Résumé des actions de communication et marketing - Résultats et retombées (performance)
Crédits	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Innovation/approche distinctive/originalité | Rayonnement de l'entreprise | Pertinence des actions de communication

## 6.1 Stratégie et Talent | Événement de l'année

Un événement qui a marqué l'année par sa performance ou son innovation du point de vue de la communication, du marketing, du plan organisationnel et de la participation.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Logo de l'entreprise	.AI ou .EPS	Format vectoriel
Images ou vidéos des actions de communication	.PDF, .JPG, .PNG ou .MP4 (compression h.264)	De 3 à 10 éléments: – Photos: formats JPG ou PNG, poids total max 7 MB – Vidéos: MP4, compression h.264, ratio 16:9, résolution min. 1280x720 (idéalement 1920x1080), max 100 MB
Présentation de l'événement	.PDF	Format PDF, obligatoire. Doit inclure: – Nom de l'entreprise – Nom de l'événement et édition – Site web de l'événement – Historique/résumé de l'événement – Résumé des actions de communication et marketing, bons coups, éléments distinctifs et retombées de cette édition-ci
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Innovation/approche distinctive/originalité | Rayonnement de l'entreprise | Pertinence des actions de communication

## 6.1 Stratégie et Talent | Stratégie de relations publiques

Une stratégie de relations de presse qui a marqué l'année par sa performance.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Logo de l'entreprise	.AI ou .EPS	Format vectoriel
Images ou vidéos des actions de communication	.PDF, .JPG, .PNG ou .MP4 (compression h.264)	De 3 à 10 éléments : – Photos : formats JPG ou PNG, poids total max 7 MB – Vidéos : MP4, compression h.264, ratio 16:9, résolution min. 1280x720 (idéalement 1920x1080), max 100 MB
Présentation de la stratégie	.PDF	Format PDF, obligatoire. Doit inclure : – Nom du client/de l'entreprise – Résumé des actions de la stratégie de relations de presse – Résultats et retombées (performance)
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Innovation/approche distinctive/originalité | Rayonnement de l'entreprise | Pertinence des actions de communication

## 6.2 Campagne publicitaire | Campagne télévision – Régionale

Publicité télévisée ou contenu de marque, diffusé sur le canal traditionnel, d'une durée de 15 secondes, 30 secondes, 1 minute ou plus.

La production du message doit avoir été réalisée par une entreprise située dans la région de Québec et Chaudière–Appalaches. L'achat et la diffusion doivent obligatoirement avoir été faits auprès d'un représentant média basé dans cette région.

Important: si le message n'a pas été réservé par un représentant de Québec et Chaudière–Appalaches, il doit être inscrit dans la catégorie nationale.

\* Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne télévision, il ne peut être soumis dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Média du placement	Texte	Exemple : John Doe, Média X, Québec
Description du mandat	.PDF	Objectifs, défis, détails du placement et retombées de la campagne (2 pages max, sans mention de l'agence), taille maximale de 50 MB
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Images du projet	.JPG ou .PNG	5 fichiers maximum, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.2 Campagne publicitaire | Campagne télévision – Nationale

Publicité télévisée ou contenu de marque, diffusé à la télévision traditionnelle, d'une durée de 15 secondes, 30 secondes, 1 minute ou plus.

La production du message doit avoir été réalisée par une entreprise de la région de Québec et Chaudière-Appalaches.

Cette catégorie regroupe les campagnes dont l'achat média a été effectué auprès de représentants aux affectations nationales.

\* Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne télévision, il ne peut être soumis dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Média du placement	Texte	Exemple: John Doe, Média X, Québec
Description du mandat	.PDF	Objectifs, défis, détails du placement et retombées de la campagne (2 pages max, sans mention de l'agence), taille maximale de 50 MB
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Images du projet	.JPG ou .PNG	5 fichiers maximum, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.2 Campagne publicitaire | Campagne radio – Régionale

Campagne radio diffusée sur le canal traditionnel et/ou sur une ou plusieurs plateformes numériques, peu importe le format (radio traditionnelle, l'écoute en direct, en différé, les baladodiffusions, etc.).

La production du message doit avoir été réalisée par une entreprise de la région de Québec et Chaudière–Appalaches.

L'achat et la diffusion doivent obligatoirement avoir été faits auprès d'un représentant média basé dans cette région.

Important: si le message n'a pas été réservé par un représentant de Québec et Chaudière–Appalaches, il doit être inscrit dans la catégorie nationale.

\* Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne radio, il ne peut être soumis dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Média du placement	Texte	Exemple: John Doe, Média X, Québec
Description du mandat	.PDF	Objectifs, défis, détails du placement et retombées de la campagne (2 pages max, sans mention de l'agence), taille maximale de 50 MB
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Message audio (version vidéo)	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.2 Campagne publicitaire | Campagne radio – Nationale

Campagne radio diffusée sur le canal traditionnel et/ou sur une ou plusieurs plateformes numériques, peu importe le format (radio traditionnelle, l'écoute en direct, en différé, les baladodiffusions, Spotify, etc.).

La production du message doit avoir été réalisée par une entreprise de la région de Québec et Chaudière–Appalaches.

Cette catégorie regroupe les campagnes dont l'achat média a été effectué auprès de représentants aux affectations nationales.

\* Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne radio, il ne peut être soumis dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Média du placement	Texte	Exemple: John Doe, Média X, Québec
Description du mandat	.PDF	Objectifs, défis, détails du placement et retombées de la campagne (2 pages max, sans mention de l'agence), taille maximale de 50 MB
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Message audio (version vidéo)	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.2 Campagne publicitaire | Campagne journal et magazine

Campagne journal ou magazine diffusée sur le canal traditionnel.

La production du message doit avoir été réalisée par une entreprise située dans la région de Québec et Chaudière–Appalaches.

\* Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne journal et magazine, il ne peut être soumis dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Média du placement	Texte	Exemple : John Doe, Média X, Québec
Description du mandat	.PDF	Objectifs, défis, détails du placement et retombées de la campagne (2 pages max, sans mention de l'agence), taille maximale de 50 MB
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Image du projet	.JPG ou .PNG	1 image obligatoire, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB, mode RGB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents) :

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury :

Qualité d'exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.2 Campagne publicitaire | Campagne affichage – Régionale

Campagne d’affichage publicitaire incluant une ou plusieurs structures d’affichages intérieures ou extérieures. Cette catégorie inclut des pièces imprimées ou numériques, de petit ou grand format, telles que panneau routier, super-panneau, affichage sauvage, panneau-affiche, abribus, colonne Morris, mobilier urbain et panneau de bus. La production du message doit avoir été réalisée par une entreprise située dans la région de Québec et Chaudière-Appalaches. L’achat et la diffusion doivent obligatoirement avoir été faits auprès d’un représentant média basé dans cette région. Important: si le message n’a pas été réservé par un représentant de Québec et Chaudière-Appalaches, il doit être inscrit dans la catégorie nationale.

\* Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne affichage, il ne peut être soumis dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Média du placement	Texte	Exemple: John Doe, Média X, Québec
Description du mandat	.PDF	Objectifs, défis, détails du placement et retombées de la campagne (2 pages max, sans mention de l’agence), taille maximale de 50 MB
Image d’identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Images du projet	.JPG ou .PNG	Upload obligatoire – 5 fichiers maximum, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d’exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.2 Campagne publicitaire | Campagne affichage – Nationale

Campagne d’affichage publicitaire incluant une ou plusieurs structures d’affichages intérieures ou extérieures. Cette catégorie inclut des pièces imprimées ou numériques, de petit ou grand format, telles que panneau routier, super-panneau, affichage sauvage, panneau-affiche, abribus, colonne Morris, mobilier urbain et panneau de bus.

La production du message doit avoir été réalisée par une entreprise située dans la région de Québec et Chaudière-Appalaches. Cette catégorie regroupe les campagnes dont l’achat média a été effectué auprès de représentants aux affectations nationales.

\* Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne affichage, il ne peut être soumis dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Média du placement	Texte	Exemple: John Doe, Média X, Québec
Description du mandat	.PDF	Objectifs, défis, détails du placement et retombées de la campagne (2 pages max, sans mention de l’agence), taille maximale de 50 MB
Image d’identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Images du projet	.JPG ou .PNG	Upload obligatoire – 5 fichiers maximum, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d’exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.2 Campagne publicitaire | Campagne numérique

Campagne numérique diffusée sur une ou plusieurs plateformes web/applications, peu importe le format.

La production du message doit avoir été faite par une entreprise de Québec et Chaudière–Appalaches. L'achat et la diffusion du message peuvent être régionaux, nationaux ou internationaux.

\* Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne numérique, il ne peut être soumis dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du mandat	.PDF	Objectifs, défis, détails du placement et retombées de la campagne (2 pages max, sans mention de l'agence), taille maximale de 50 MB
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Images du projet	.JPG ou .PNG	1 à 5 images obligatoires, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.2 Campagne publicitaire | Campagne intégrée

Campagne publicitaire déployée sur une majorité ou l'ensemble des canaux de communication pour un client ou projet précis.

La production du message doit avoir été faite par une entreprise de Québec et Chaudière-Appalaches. L'achat et la diffusion du message peuvent être régionaux, nationaux ou internationaux.

\* Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne intégrée, il ne peut être soumis dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du mandat	.PDF	Objectifs, défis, détails du placement et retombées de la campagne (2 pages max, sans mention de l'agence), taille maximale de 50 MB
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Images du projet	.JPG ou .PNG	1 à 5 images obligatoires, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.3 Campagne publicitaire | Craft

Catégorie récompensant l'excellence du savoir-faire et de l'exécution technique visuelle d'un projet créatif, que ce soit en direction artistique, direction photographique et/ou réalisation. La production du message doit avoir été réalisée par une entreprise située dans les régions de Québec et de Chaudière-Appalaches.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du projet	Texte (150 mots max)	Brève description du projet ou de la démarche (max. 150 mots)
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Images du projet	.JPG ou .PNG	1 à 5 images obligatoires, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité | Efficacité et performance

## 6.3 Design | Image de marque

Un programme de marque comprenant la création ou l'actualisation d'un logo ainsi que sa plateforme graphique. Il est également possible d'inscrire dans cette catégorie une plateforme graphique qui a été créée pour une marque dont le logo existe déjà. Les plateformes peuvent être institutionnelles (ex.: entreprise) ou saisonnières/annuelles (ex.: événement).

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du projet	Texte (150 mots max)	Brève description du projet ou de la démarche (max. 150 mots)
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Images du projet	.JPG ou .PNG	De 5 à 10 images obligatoires, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité/originalité | Pertinence

## 6.3 Design | Affiche

Affiche unique ou série d'affiches en format traditionnel faisant la promotion d'une organisation, d'un service ou d'un produit diffusé en affichage sauvage, colonne Morris ou à même les lieux des organisations/entreprises.

\* Attention, tout affichage publicitaire doit être inscrit dans la section Campagne affichage publicitaire

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du projet	Texte (150 mots max)	Brève description du projet ou de la démarche (max. 150 mots)
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Images du projet	.JPG ou .PNG	De 5 à 10 images obligatoires, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité/originalité | Pertinence

## 6.3 Design | Site Web

Site web se démarquant par son aspect visuel et sa direction artistique uniquement.

\* Attention, seul le design visuel de la plateforme est pris en compte dans cette catégorie.

Si votre projet met davantage en avant l'interface, l'originalité de l'expérience utilisateur ou la conception fonctionnelle, il doit être inscrit dans la catégorie Site web.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du projet	Texte (150 mots max)	Brève description du projet ou de la démarche (max. 150 mots)
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
URL du site	Texte	URL neutre et valide d'août 2025 à septembre 2026, sans référence à l'agence
Images du projet	.PNG ou .JPG	1 à 5 images obligatoires, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité/originalité | Pertinence

## 6.3 Design | Motion

Animation motion réalisée pour un dévoilement de marque, une campagne diffusée sur les réseaux numériques, une animation promotionnelle, se démarquant par son aspect visuel, ses transitions et sa direction artistique.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du projet	Texte (150 mots max)	Brève description du projet ou de la démarche (max. 150 mots)
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
Images du projet	.PNG ou .JPG	1 à 5 images obligatoires, largeur et hauteur entre 2400 et 4800 px, max. 7 MB/image, mode RGB
Vidéo du projet	.MP4	Ratio 16:9, compression h.264, résolution 1920x1080 (minimum 1280x720), durée maximale de 2 minutes, taille maximale de 100 MB
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Qualité d'exécution | Créativité/originalité | Pertinence

## 6.4 Web | Site web vitrine

Plateforme web multipage visant à présenter une marque, une entreprise, un service ou un produit qui se démarque par son interface, son originalité et sa conception.

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du projet	Texte (150 mots max)	Brève description du mandat (max. 150 mots)
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
URL du site	Texte	URL neutre et valide d'août 2025 à septembre 2026, sans référence à l'agence
Objectifs et contraintes	.PDF	Document explicatif des objectifs visés, démarche utilisée, contraintes rencontrées, etc., max. 2 pages, 50 MB max
Langages et/ou bibliothèques utilisées	Texte	Ex.: HTML, CSS, JavaScript, React, Tailwind, etc
Plateforme utilisée	Texte	Précisez si le site est natif, sur un CMS open-source (comme WordPress), ou une plateforme no-code (ex. Webflow, Wix)
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Interface utilisateur (UI) | Expérience utilisateur (UX) | Structure/SEO (structure HTML, métadonnées, structure d'URL) | Animations (fluidité, complexité, optimisation) | Accessibilité (respect des normes)

## 6.4 Web | Site web transactionnel

Plateforme dont l'intention principale réside dans la vente en ligne de produits ou services qui se démarque par son expérience d'achat, la mise en avant du catalogue et sa conception. La plateforme peut être développée à partir de solutions open-source (WordPress, Magento, Prestashop...) ou à l'aide d'une plateforme « low-code/no-code » (Shopify, Wix, Snipcart...).

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du projet	Texte (150 mots max)	Brève description du mandat (max. 150 mots)
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
URL du site	Texte	URL neutre et valide d'août 2025 à septembre 2026, sans référence à l'agence
Objectifs et contraintes	.PDF	Document explicatif des objectifs visés, démarche utilisée, contraintes rencontrées, etc., max. 2 pages, 50 MB max
Langages et/ou bibliothèques utilisées	Texte	Ex.: HTML, CSS, JavaScript, React, Tailwind, etc
Plateforme utilisée	Texte	Précisez si le site est natif, sur un CMS open-source (comme WordPress), ou une plateforme no-code (ex. Webflow, Wix)
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Interface utilisateur (UI) | Expérience utilisateur (UX) | Structure/SEO (structure HTML, métadonnées, structure d'URL) | Animations (fluidité, complexité, optimisation) | Accessibilité (respect des normes)

## 6.4 Web | Page d'atterrissage (*landing page*)

Page d'atterrissage se démarquant par son originalité et son dynamisme en cohérence avec l'objectif visé (nouveau produit/service, événement, campagne, prospection, etc.).

Éléments requis	Format	Détails
Nom du projet	Texte	—
Nom du client	Texte	—
Description du projet	Texte (150 mots max)	Brève description du mandat (max. 150 mots)
Image d'identification	.PNG ou .JPG	Format 16:9, poids maximal de 7 MB
URL du site	Texte	URL neutre et valide d'août 2025 à septembre 2026, sans référence à l'agence
Objectifs et contraintes	.PDF	Document explicatif des objectifs visés, démarche utilisée, contraintes rencontrées, etc., max. 2 pages, 50 MB max
Langages et/ou bibliothèques utilisées	Texte	Ex.: HTML, CSS, JavaScript, React, Tailwind, etc
Plateforme utilisée	Texte	Précisez si le site est natif, sur un CMS open-source (comme WordPress), ou une plateforme no-code (ex. Webflow, Wix)
Crédits du projet	Texte	Personnes, équipes ou partenaires à mentionner

### Éléments optionnels (à inclure si pertinents):

Tout autre matériel jugé pertinent peut être joint à votre soumission (documents visuels, extraits médias, déclinaisons, liens, etc.), dans le respect des formats et tailles spécifiés plus haut.

### Critères du Jury:

Interface utilisateur (UI) | Expérience utilisateur (UX) | Structure/SEO (structure HTML, métadonnées, structure d'URL) | Animations (fluidité, complexité, optimisation) | Accessibilité (respect des normes)