

# La Société canadienne des relations publiques

## Prix d'excellence 2018

*Les Prix d'excellence de la SCRP soulignent les campagnes, les programmes internes et externes et les tactiques exceptionnelles en relations publiques et en gestion des communications. La participation permet de mettre en valeur vos meilleures réalisations, de vous distinguer de vos pairs et de laisser votre marque personnelle dans la profession des relations publiques.*

*Les Prix d'excellence soulignent un travail remarquable dans le cadre d'une démarche ou d'un programme de relations publiques. Le programme doit être identifiable à titre d'entité complète, constituée d'éléments de la pratique normale des relations publiques notamment, l'utilisation de la formule R-A-C-E\*<sup>1</sup> et la présentation d'un budget.*

*La raison la plus importante de participer repose sur l'apprentissage et l'amélioration des compétences en tant que professionnel des relations publiques. Même les dossiers gagnants sont annotés des commentaires de juges qui peuvent offrir des conseils supplémentaires en vue de projets futurs.*

## CRITÈRES

### Éligibilité

**NOUVEAU POUR 2018! Les non-membres sont aussi éligibles et peuvent soumettre une candidature aux Prix d'excellence.** Pour être admissible, un dossier de mise en candidature doit avoir été planifié, réalisé et complété dans les deux années précédant la date de fermeture du concours. Un projet peut avoir débuté depuis plus de deux ans, toutefois, son évaluation ou sa finalisation doit avoir été faite au cours des deux dernières années.

### Candidature

Les candidatures peuvent être présentées en anglais ou en français et doivent nous parvenir par voie électronique. Les demandes doivent être soumises directement sur le site Web de la SCRP. Un système en ligne est offert afin de permettre aux participants de téléverser leurs documents de présentation. Il suffit de cliquer sur le lien qui suit <http://scrp.ca/awards/awardlogin.aspx> et d'inscrire les renseignements demandés dont la catégorie dans laquelle vous souhaitez vous inscrire et de cliquer le bouton « Soumettre ». Prenez note que seules les demandes électroniques seront acceptées.

Un même programme ou projet de communication ne peut être présenté que dans un maximum de deux catégories. Pour être valide, une demande doit comprendre les renseignements suivants :

#### 1. Le formulaire de candidature:

Chaque formulaire de candidature doit être dûment rempli en ligne. Veuillez lire les directives attentivement afin de vous assurer que vous avez inscrit votre dossier dans la catégorie appropriée.

#### 2. Un résumé de la candidature :

Chaque formulaire de candidature doit comprendre un résumé de **trois (3) pages, police de 10 points**. Une page de présentation comportant le nom de l'organisation (et du client le cas échéant), le titre de la campagne et la catégorie de prix est requise en plus des trois pages. En utilisant la formule R-A-C-E comme structure, votre sommaire doit comporter une courte description des éléments suivants :

---

<sup>1</sup> R-A-C-E est un acronyme qui signifie recherche, analyse, communications et évaluation; le cadre de planification stratégique des communications reconnue par les pairs (SCRP, AIPC, PRSA) en vue de l'excellence en communications.

- la Recherche;
- l'Analyse, la planification et la stratégie;
- la Communication, la réalisation et la production y compris le budget et les ressources humaines et autres
- l'Évaluation et la mesure

Ce résumé apporte un éclairage utile pour les juges qui pourront mieux saisir la pensée stratégique, la mise en œuvre du plan ainsi que son impact. C'est le scénario qui explique pourquoi et comment vous avez atteint vos objectifs.

Les candidats doivent démontrer l'utilisation de la formule **R-A-C-E** dans leur travail. La bonne pratique des relations publiques et des communications exige une approche stratégique. Toute demande doit inclure un aperçu de la recherche privilégiée et comment celle-ci a permis d'orienter la stratégie, la communication et le choix des moyens tactiques. Le budget doit être mentionné dans le sommaire de trois pages, toutefois il importe de fournir un budget détaillé en annexe. L'évaluation doit référer aux objectifs de communication soit, de façon quantitative ou qualitative. Les juges ont recours à une grille d'évaluation pour tous les dossiers de candidature aux Prix d'excellence.

**Note (1) :** Des points seront soustraits des demandes dont le sommaire n'indique pas les détails de la formule R-A-C-E, notamment le budget et les ressources humaines alloués tel que mentionné précédemment.

**Note (2) :** L'utilisation du système de Points d'évaluation des relations médias (PEM)<sup>MD</sup> de la SCRP permettant d'évaluer les activités de relations médiatiques est encouragé. Par contre, les programmes qui n'ont pas recours au système PEM<sup>MD</sup> doivent ajouter un niveau d'évaluation au nombre d'articles obtenus : le ton des articles, le traitement des messages clés-ou encore, l'aspect qualitatif global de la revue de presse comparé aux objectifs du programme visés initialement, etc.

### 3. Une trousse d'information :

**Tous les renseignements connexes peuvent être téléversés sur le site de la SCRP. Uniquement trois pièces jointes sont allouées pour chaque demande. Chaque pièce jointe ne doit en aucun cas dépasser 25 MB et ne doit pas compter plus de 50 pages.**

*Note : (1) Il revient aux demandeurs de s'assurer que tous les éléments de la demande respectent les normes stipulées par le Code d'éthique professionnelle de la SCRP. (2) Le contenu des candidatures devient la propriété de la SCRP et ne sera pas retourné.*

### 4. Frais d'inscription :

Chaque formulaire de candidature doit être accompagné de **frais non remboursables de 295 \$ + TVH pour les membres et de 595 \$ + TVH pour les non-membres. Le paiement doit être effectué en ligne lors de l'inscription du dossier de candidature. Un code donnant droit à un rabais de 50 \$ sera offert aux membres qui ont inscrit une demande au programme de prix d'une société locale (pour plus d'information, veuillez communiquer avec votre Société locale).**

**Note :** Les frais permettent de gérer le programme p. ex., messagers, appels conférence, cyberséminaires, etc. Les coordonnateurs de jury, les juges et les présidents sont des membres de la SCRP qui donnent de leur temps bénévolement pour ce programme.

**Note:** Pour toute complication avec le système en ligne, veuillez communiquer auprès de la responsable des Prix, Elizabeth Tang [etang@cprs.ca](mailto:etang@cprs.ca).

## Information importante

Les candidatures doivent être reçues au plus tard le lundi, 26 février, 2018 à minuit, HE.

**Note :** La transmission électronique de l'ensemble du dossier de candidature est obligatoire – veuillez inscrire votre dossier en ligne à : [scrp.ca/awards/awardlogin.aspx](http://scrp.ca/awards/awardlogin.aspx).

**Questions?** Communiquer auprès d'Elizabeth Tang  
Bureau national de la SCRP  
Tél.: 416-239-5884  
Télec.: 416-239-1076  
[etang@cprs.ca](mailto:etang@cprs.ca)

*Afin de consulter la Foire aux questions au sujet des Prix, visitez le site Web [scrp.ca/awards](http://scrp.ca/awards).*

## Les juges

Les coordonnateurs de jury locaux choisissent des relationnistes pour faire partie de leur équipe d'évaluateurs bénévoles. Ces personnes donnent généreusement leur temps, leur énergie et leur expertise afin que les prix professionnels que nous décernons reflètent l'*excellence en communication*. Bien que certains juges ne soient pas agréés, ceux-ci exercent dans le domaine depuis plusieurs années et sont choisis en raison de leur professionnalisme.

Afin de préserver l'intégrité du programme, le nom des juges n'est jamais connu avant la date limite d'inscription. La liste des juges est dévoilée dans le programme du Gala ayant lieu lors de la Conférence annuelle de la SCRP.

## Processus d'évaluation

Les candidatures reçues par le Bureau national de la SCRP seront expédiées aux juges pour évaluation. Tous les dossiers demeureront confidentiels. L'évaluation est effectuée par un jury d'experts des relations publiques et des communications. Les juges évaluent chaque dossier en fonction du **sommaire de trois pages** et des documents d'appoint, au besoin.

**Les grilles de pointage et les critères d'évaluation des programmes de communication et des projets de communication** sont publiés sur le site Web de la SCRP.

Les juges du Prix d'excellence se réservent le droit d'accepter seulement les candidatures qui répondent aux critères d'évaluation. Les juges décerneront un **Prix d'Excellence catégorie Or** par catégorie au dossier se méritant le plus de points au-delà de 85 pour cent. Si plus d'un dossier se classait au-dessus de 85 pourcent, le pointage le plus élevé parmi ceux-ci déterminera le lauréat. Un **Prix d'Excellence catégorie Argent** sera attribué à la candidature recevant la seconde note la plus élevée et supérieure à 75 pour cent dans chaque catégorie. Un **Prix d'Excellence catégorie Bronze** sera attribué à la candidature obtenant la plus haute note au-dessus de 75 pour cent. Si aucun dossier de candidature ne se méritait une note de 75 pour cent ou plus dans une catégorie, aucun Prix ne sera remis dans cette catégorie. Veuillez prendre note que les juges peuvent se réserver le droit de ne décerner aucun Prix dans une catégorie s'ils croient qu'aucun dossier ne se distingue en vue d'un Prix d'excellence catégorie Or.

*Les juges évaluent chaque dossier de candidature selon les critères suivants :*

- L'influence de la recherche sur l'analyse et la planification
- L'influence de l'analyse et de la planification sur la formulation de la stratégie
- L'influence de la stratégie sur l'exécution
- L'inclusion de l'évaluation et de la mesure à chacune des étapes
- La rigueur et la cohérence.

*Inclure des informations détaillées sur :*

- les publics cibles,
- les ressources humaines, budgétaires et matérielles, les services ou les dons en nature,
- les moyens, les techniques.

Des notes élevées sont accordées aux programmes et aux projets dont ayant les objectifs de relations publiques et de communication sont bien définis; l'originalité, la créativité et des résultats mesurables recueillent également une forte évaluation. Les membres sont invités à soumettre des dossiers de candidature aux Prix d'Excellence tout au long de leur carrière afin de poursuivre leur développement professionnel.

**Note : Les dossiers de candidature sont jugés selon leur contenu global et non seulement à partir d'un élément spécifique comme le budget. -Celui-ci demeure un facteur clé; un programme doté d'un petit budget pouvant s'avérer tout aussi efficace ou même plus qu'un programme à budget élevé. Les petits budgets peuvent exiger davantage de créativité et plus d'ingénuité, des éléments qui rapportent beaucoup de points. Les dossiers de candidature proviennent de partout au pays: un succès obtenu lors d'un autre concours local ne garantit en rien une note gagnante au programme des Prix d'excellence de la SCRP.**

**Votre dossier de candidature sera éliminé si:**

- Votre sommaire exécutif excède la limite de trois (3) pages et une grosseur de caractère plus petite que 10 points.
- Votre demande n'est pas inscrite dans la catégorie appropriée.
- Votre demande ne tient pas compte de la formule R-A-C-E.

**Lauréats**

Les Prix seront remis au moment du Diner Gala des Prix d'excellence de la SCRP, le lundi 28 mai 2018 à Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard. Les finalistes seront informés d'avance afin de permettre leur présence au Gala. Tous les candidats recevront une brève critique du travail soumis. Les lauréats des Prix d'excellence catégorie Or, Argent et Bronze recevront une sculpture de verre faite à la main, une création de **Kelly Lowe**. Les candidatures couronnées seront déposées, avec la permission des gagnants, au Centre national de documentation de la SCRP au Mount Royal University à Calgary, Alberta, pour référence future. De plus, **les lauréats feront l'objet d'un communiqué de presse annonçant les gagnants sur CNW et sur le site Web de la SCRP**. Il est souhaitable que les Sociétés membres rendent hommage à leurs membres lauréats et en fassent la promotion à l'échelle locale.

# CATÉGORIES

## Programmes de communication

Les prix de cette catégorie visent à reconnaître l'excellence des programmes de communication en relations publiques au sein de la profession. Toutes les candidatures doivent être conformes à la formule RACE. **Un programme de communication peut être inscrit à un maximum de deux catégories parmi les suivantes.**

### 1. Campagne canadienne de l'année en communications externes

Programmes conçus spécialement pour améliorer les relations avec la collectivité; influencer les attitudes et le comportement du public; susciter une meilleure compréhension à l'égard d'une entreprise et/ou rehausser l'image de marque auprès de divers publics. Cette catégorie comprend les programmes de communication suivants :

#### a) Campagne canadienne de l'année en communications marketing

Programmes qui combine les stratégies de relations publiques, de commercialisation et de publicité susceptibles d'appuyer la mise en marché de produits, de services ou d'endroits auprès de publics externes.

#### b) Campagne canadienne de l'année en relations communautaires

Programmes communautaires, à savoir les œuvres de bienfaisance, le bénévolat, les partenariats et autres, qui permettent à une organisation d'établir et de maintenir des relations positives et durables avec des personnes, des groupes ou des organisations clés au sein de sa collectivité.

#### c) Campagne canadienne de l'année en communication engagée et marketing social

La catégorie de la communication engagée et du marketing social englobe les programmes qui ciblent des publics multiples et qui mettent l'accent sur le développement durable et des enjeux sociaux, économiques et environnementaux. Cette catégorie peut inclure des programmes dont l'objectif premier est de discuter et d'améliorer le bien-être à long terme d'une communauté donnée et/ou de l'environnement. Les candidatures peuvent inclure des projets de revitalisation économique et des enjeux sociaux au niveau de la conservation de la culture, l'éducation, l'alphabétisation, la santé, la réduction de la pauvreté, l'emploi et l'environnement.

#### d) Campagne canadienne de l'année en relations avec les médias par une agence

Les programmes de relations avec les médias doivent signaler l'amélioration du profil médiatique d'une entreprise en fonction des objectifs qu'elle poursuit, ou la gestion adroite des enjeux concernant la couverture médiatique, ou encore le développement d'une campagne de relations avec les médias réussie préparée par une agence.

#### e) Campagne canadienne de l'année en relations avec les médias sans agence

Les programmes de relations avec les médias doivent signaler l'amélioration du profil médiatique d'une entreprise en fonction des objectifs qu'elle poursuit, ou la gestion adroite des enjeux concernant la couverture médiatique, ou encore le développement d'une campagne de relations avec les médias réussie préparée sans le concours d'une agence (entreprise privée, OSBL gouvernemental et gouvernement).

#### **f) Campagne canadienne de l'année en gestion d'enjeux /de crises**

Programmes de communication qui démontrent une planification proactive et une action préventive en présence d'un événement extraordinaire. Ce peut également être des programmes de communication qui démontrent que des mesures ont été prises face à des tendances, à des enjeux ou à des attitudes de groupes d'intérêt et qui ont une incidence importante sur une organisation.

#### **g) Campagne canadienne de l'année en relations gouvernementales**

Programmes de communication qui ciblent les agences et organismes gouvernementaux ou programmes qui reconnaissent l'impact des relations publiques auprès de l'opinion publique et sa capacité à influencer les politiques ou réglementations gouvernementales.

#### **h) Campagne canadienne de l'année en soins de santé**

Dans les milieux complexes de soins de santé modernes, les initiatives de communication efficaces peuvent avoir un impact sur la sécurité des patients, la qualité des soins et le niveau de satisfaction des patients. Ce prix récompense l'excellence en communications, en relations publiques et en mobilisation dans le milieu de la santé. Il importe de démontrer le lien avec un enjeu relatif aux soins de santé ou à un besoin de communication. Ce prix est offert aux membres de l'Académie des soins de santé de la SCRP qui œuvrent au sein ou pour le compte d'organisations qui prodiguent des soins directs ou des services de planification de la santé au Canada.

#### **i) Campagne de communication numérique de l'année**

Un programme de communication numérique qui mobilise avec succès ses publics cibles afin de créer des communautés impliquées, stimuler ou améliorer la sensibilisation des produits ou gérer la communication d'enjeux ou de crise.

## **2. Campagne canadienne de l'année en communications internes**

Les programmes sont centrés sur les publics internes comme les employés, les bénévoles et les franchisés. Ces programmes devraient être destinés à améliorer les relations entre les employés et la direction; à faire mieux comprendre aux employés la direction stratégique de l'organisation et l'importance de leur rôle à cet égard, ou les deux. Ces programmes peuvent également viser à rallier le personnel à cette direction stratégique; à rehausser le moral et la motivation des employés et/ou de la direction ainsi que leur intérêt envers l'organisation. Finalement, il peut s'agir de programmes ayant pour objectif d'expliquer les nouvelles politiques ou de nouveaux projets.

## **Projets de communication**

Les prix de cette catégorie visent à reconnaître l'excellence dans le développement stratégique de documents et de produits permettant l'atteinte des buts et objectifs d'un programme de relations publiques. L'emphasis est accordée à la pertinence du projet le reliant aux objectifs de relations publiques. **Un projet de communication peut être inscrit à un maximum de deux catégories parmi les suivantes.**

#### **a) Meilleur projet événement spécial**

Un programme de relations publiques internes ou externes conçu à l'occasion d'ouvertures, d'anniversaires ou d'autres cérémonies destinées à souligner un événement unique ou une série d'événements ou d'occasions.

#### **b) Meilleur projet multimédia**

Un projet de communication comportant une variété de tactiques de multimédia afin d'atteindre les objectifs de communication d'une organisation, notamment la vidéo, les communiqués de nouvelle sur vidéo, l'audio, les CD-ROM ou les diaporamas créés sur ordinateur destinés à des publics cibles internes et externes.

#### **c) Meilleur projet en médias numériques et sociaux**

Un projet de communication ayant recours aux médias électroniques et sociaux afin d'atteindre les objectifs de communication d'une organisation, notamment les sites Web, les sites intranet, les blogs, les diffusions web, les productions en ligne, les babillards, Facebook, Twitter. Le sommaire doit indiquer la stratégie d'utilisation des médias électroniques et sociaux, les publics cibles ainsi que des statistiques ou tout autre moyen de mesure quantitative de l'atteinte des objectifs mentionnés. Des saisies d'écran, de même que l'URL du médium en question, doivent être inclus dans la demande.

#### **d) Meilleur projet de rédaction**

Cette catégorie comprend du matériel original rédigé pour des projets de communication : profils biographiques, discours, articles ou chroniques faits sur une base régulière, autres types d'articles comme ceux dans un magazine, des éditoriaux, des articles publicitaires, articles de forum ou communiqués de presse. Les dossiers de candidature évalueront la qualité rédactionnelle ainsi que la créativité et l'alignement stratégique avec les objectifs d'affaires de l'organisation.

#### **e) Meilleure publication interne (imprimé ou électronique)**

Le document est conçu à l'intention des publics internes : personnel, personnel syndiqué, cadres de direction, membres du conseil d'administration, bénévoles. Présentez trois numéros consécutifs de votre bulletin publié fréquemment, à faible coût et principalement, une infolettre orientée vers du contenu rédactionnel. Les juges accorderont des points aux textes clairs, concis et faciles à lire; des normes éditoriales rigoureuses, une efficacité des couleurs et des illustrations ainsi qu'une créativité dans la présentation générale sont recherchées.

#### **f) Meilleure publication externe (imprimé ou électronique)**

Le matériel imprimé ou électronique est produit à l'intention des publics cibles externes : les encarts de journaux, campagnes publicitaires, affiches, magazines, brochures, etc. Les juges accorderont des points aux textes clairs, concis et faciles à lire; des normes éditoriales rigoureuses, une efficacité des couleurs et des illustrations ainsi qu'une créativité dans la présentation générale sont recherchées.

#### **g) Meilleur rapport annuel (imprimé ou électronique)**

Les juges accorderont des points à une écriture claire, concise et imaginative ainsi qu'à la créativité des graphiques et à une utilisation efficace de la couleur. Des photos ou des illustrations pertinentes permettant de compléter la présentation générale du document ainsi que la clarté de l'information financière et des statistiques sont recherchées.