



Communiqué – Pour diffusion immédiate

Les CASSIES simplifient le processus d'inscription pour l'édition 2017

L'unique concours au Canada célébrant les résultats d'affaires exceptionnels des campagnes de communication marketing annonce le début des soumissions, qui se termineront à la fin du mois d'août 2016

Montréal, le 8 juin 2016 – Les CASSIES, le seul concours au Canada reconnaissant l'efficacité des campagnes de communication marketing à partir de rigoureuses études de cas, a annoncé le début des soumissions pour l'année 2017 ainsi que les dates limites d'inscription, soit le 15 août à midi pour bénéficier d'un tarif réduit, et le 30 août 2016 à midi, heure de l'Est. De plus, celui-ci a procédé à une série de changements, les plus importants depuis sa création en 1993, afin de représenter davantage l'évolution de l'industrie et faciliter le processus de soumission.

Pour s'inscrire, il est recommandé de prendre connaissance des nouveautés et règles de participation au concours sur le site Web des cassies.ca. De plus, pour soutenir et encourager la soumission de cas, un webinaire interactif animé par l'éditeur et le coordonnateur du jury, John Bradley, sera tenu le mercredi 15 juin 2016 à 13 h, heure de l'Est (en anglais seulement). Pour plus d'information, cliquez [ici](#).

Aperçus des changements apportés en 2017

Les règles et le processus d'inscription des CASSIES ont été simplifiés cette année par la création et la réorganisation des catégories de prix : certaines catégories comprennent maintenant moins de restrictions à l'inscription, le nombre de prix qu'un cas unique peut gagner a été augmenté, la structure des cas a été simplifiée et l'ensemble des critères d'évaluation a été revu. Finalement, la date limite de soumission a été repoussée à la fin de l'été.

Plus précisément, les principaux changements apportés sont les suivants:

- L'édition 2017 comporte désormais 24 catégories, plutôt que 16 comme auparavant. Il est maintenant possible qu'un cas soit soumis dans une ou plusieurs catégories si son rédacteur le juge approprié. Ce qui signifie que les catégories dans lesquelles une campagne s'inscrit peuvent être combinées pour consolider les forces de chacun des cas soumis par le participant.
- Pour se qualifier au concours, les résultats d'affaires d'une étude de cas ne sont plus limités par des périodes de temps minimum (sauf pour les catégories *Succès continu*, qui requiert des résultats sur une période de deux ans minimum, et la catégorie *Succès à long terme*, qui nécessite des résultats sur une période de trois ans).

- Un cas soumis peut maintenant gagner jusqu'à trois CASSIES au cours d'une même année (le maximum était de deux auparavant).
- Des sections plus courtes ont été ajoutées à la structure des cas soumis afin de venir clarifier la démarche. Les nouvelles sections incluent un résumé de 200 mots maximum, accompagnées « d'une idée principale » d'une longueur de 50 mots.
- Les critères d'évaluation ont été modifiés afin d'accorder plus d'importance aux cas détenant d'excellents résultats d'affaires. Plutôt que d'être jugé selon quatre sections de critères, chaque cas sera maintenant évalué ainsi :
 - Difficulté de la tâche – 15 % de la note finale
 - Originalité des idées – 15 % de la note finale
 - Qualité et originalité de la création – 30 % de la note finale
 - Résultats d'affaires – 25 % de la note finale
 - Solidité de la preuve – 15 % de la note finale
- La date limite de soumission a été reportée à la fin du mois d'août pour donner aux rédacteurs des études de cas un mois supplémentaire.

L'identité des co-présidents et des membres du jury sera dévoilée en juillet 2016.

À PROPOS DES CASSIES

Les CASSIES, qui célèbrent cette année leur 24^e anniversaire, ont le mandat de démontrer par des critères mesurables que la publicité est un investissement sérieux et rentable, le tout documenté par de rigoureuses études de cas. Le concours CASSIES est présenté par l'Institut des communications et de la publicité (ICA), l'Association des agences de communication créative (A2C) et le Réseau APCM et produit par le magazine *Strategy*. Millward Brown Canada est le partenaire exclusif du jury de l'édition 2017. Depuis leur création en 1993, les CASSIES ont reconnu les réalisations d'affaires de plus de 500 campagnes d'entreprises et agences. Les études de cas gagnantes peuvent être consultées dans la section bibliothèque sur le site Internet des CASSIES au cassies.ca.

— 30 —

Information :

Romy Belzile-Maguire
 Conseillère, communication marketing
 Association des agences de communication créative (A2C)
 514-848-1732 poste 201
 R.BMaguire@a2c.quebec