

Le magazine Elacee

[LES ARTICLES](#)[VOIR TOUS LES ARTICLES →](#)

21/11/2024

Vous êtes créatif.ve ? Participez aux Mlle Pitch awards

Un bon moyen pour un jeune talent de se faire connaître en proposant une campagne créative, cette année pour le SamuSocial de Paris.

[LIRE LA SUITE →](#)

Attention : plus votre boss s'ennuie plus il devient toxique

#General

19/11/2024

Votre cheffe vous harcèle ou prend un malin plaisir à vous enquiquiner ? Et si, en réalité, il ou elle n'avait juste... rien de mieux à faire...



Innovation : la plus grande tour en bois d'Europe est à Paris

#General

15/11/2024

C'est une première et c'est chez nous : le tour d'habitation Wood Up est une nouveauté en termes de technique et d'usage.



37% des salariés passent plus d'une heure par jour à traiter des mails

#General

15/11/2024

Le mal du siècle, ça s'appelle : c'est le temps qu'on passe (ou qu'on perd) à recevoir, lire, traiter ou remettre à plus tard les nombreux mails qui nous parviennent.



Recruteur, ce métier que tout le monde peut faire...

#General

14/11/2024

Pantouflard, injuste ou disbolique, le recruteur pâtit souvent d'une mauvaise image. Pour un métier qui semble tellement facile...

LE MAGAZINE

Vous êtes créatif.ve ? Participez aux Mlle Pitch awards

Un bon moyen pour un jeune talent de se faire connaître en proposant une campagne créative, cette année pour le SamuSocial de Paris.

Partager :



« Dis donc Rémi est-ce que tu pourrais faire un petit photomontage pour la mort du petit caniche de tata Huguette ? »

Au lieu de perdre votre talent pour des petits sujets, montrez de quoi vous êtes capable pour une cause importante, solidaire et qui va servir votre carrière. Avec récompense à la clef.

Vous connaissez les Mlle Pitch awards ?

Mlle Pitch est une agence créative et engagée qui a eu l'idée il y a 5 ans déjà de monter un concours pour faire émerger des talents.

Cette année, étudiants, freelances et jeunes créatifs de tous horizons sont invités à répondre à ce challenge : concevoir des campagnes percutantes pour soutenir le Samusocial de Paris.

C'est tipar. Vous avez jusqu'au 2 mars 2025.

Un cours pour vous rendre visible

Les gagnants verront leurs campagnes exposées à grande échelle, et se partageront 17 000 € de gains (montant à partager avec l'ensemble des catégories primées).

Un bon moyen pour faire connaître son travail et se faire repérer. Les agences de publicité parisiennes puisent avec bonheur dans ce vivier de jeunes talent.

Ce concours est une passerelle vers des opportunités professionnelles et un moyen d'utiliser la communication pour un impact positif.

9 prix à remporter

Les projets gagnants bénéficieront d'une visibilité inédite grâce aux partenaires prestigieux du concours :

1. **Grand prix affichage print** : MEDIATRANSPORTS diffusera la campagne sur 4 vagues dans les couloirs du métro parisien.
2. **Grand prix film** : FranceTV Publicité offrira une diffusion sur les chaînes de France Télévisions et france.tv.
3. **Grand prix radio** : Radio France Publicité prévoit une programmation de deux semaines sur les ondes de France Bleu, France Inter et franceinfo, avec diffusion aléatoire supplémentaire réalisée par le Bureau de la Radio.
4. **Grand prix affichage DOOH (Digital Out-Of-Home)** : MEDIATRANSPORTS mettra en avant la création sur ses écrans digitaux à travers la France.
5. **Prix du public « OpinionWay »** : Récompense la campagne d'affichage préférée des français (par sondage).
6. **Prix des internautes** : Est décerné par les internautes via un vote en ligne qui se fera sur la shortlist des 30 meilleures campagnes reçues.
7. **Grand prix 360** : Récompense la meilleure campagne 360 utilisant minimum 3 canaux de diffusion différents.
8. **Grand prix digital** : Récompense la campagne proposant le meilleur concept digital.
9. **Grand Prix du jury** : Distinction attribuée à une création particulièrement marquante parmi l'ensemble des campagnes primées.

Le brief

Le sujet : une problématique sociale et sociétale pour le SamuSocial de Paris.

L'objectif : se mobiliser pour lutter contre l'exclusion.

En effet, depuis 30 ans, le Samusocial de Paris accompagne chaque année des milliers de personnes sans abri ou en situation de grande précarité et les accompagne vers une réinsertion professionnelle et sociale.

« Notre priorité est de sensibiliser le public et l'inciter à s'engager. Chaque année, nos équipes rencontrent 30 000 personnes en maraudes, accompagnent 46 000 familles en hôtels et 850 personnes en centres d'hébergement chaque jour, et effectuent 1 750 consultations médicales. Le 115 gère 2 200 appels quotidiens. Malgré les difficultés et la détérioration de la situation, notre engagement reste total et nous continuons d'inventer sans cesse de nouvelles solutions pour aider les sans-abri. »

Vanessa Benoit, Directrice Générale du Samusocial de Paris.

Les candidats doivent intégrer des valeurs d'éthique et de responsabilité dans leurs projets, en visant à toucher les donateurs et déconstruire les idées reçues sur le sans-abrisme. L'objectif est simple : informer le grand public et mobiliser les donateurs.

Le concours autorise l'utilisation de l'IA mais vous devez le préciser dans votre dossier de présentation car les images issues de l'IA ne sont pas protégées en droits d'auteur. Si vous gagnez et que votre campagne est déployée, vous vous engagez donc à prendre la responsabilité des droits d'auteur de votre campagne.

Pour trouver le brief, les attendus et les livrables, selon les 9 catégories (affichage print, affichage DOOH, film, radio, digital, campagne 360) que vous pouvez choisir, RV sur le site www.mlle-pitch-awards.com



Partager :

[in](#) LinkedIn

[Twitter](#)

[f](#) Facebook

[E-mail](#)