

RÈGLEMENT

SOCIAL MUSIC AWARDS ÉDITION 2021

ARTICLE 1 -

Les Social Music Awards est une cérémonie de remise de prix qui a pour ambition de célébrer la création, l'innovation et la communication digitale de l'industrie musicale.

ARTICLE 2 -

La liste des acteurs de l'industrie musicale et de leurs partenaires pouvant participer aux Social Music Awards est la suivante :

- Les artistes en solo ou en groupe
- Labels, sociétés fournissant des services d'accompagnement aux artistes
- Les acteurs du spectacle vivant : tourneurs, festivals, salles de spectacles
- Les agences de création et production, communication et marketing digital, les community et social media managers indépendants
- Les réalisateurs.trices de vidéoclip et de web série, photographes, graphistes, illustreurs.trices, créateurs.trices de web channel et de podcast
- Les innovateurs technologiques : applications mobiles, réseaux sociaux, plateformes digitales, start-ups
- Les marques, influenceurs.ceuses ou institutions ayant collaboré avec des acteurs de l'industrie musicale au cours d'une opération de communication digitale

ARTICLE 3 -

L'inscription pour la première édition est gratuite. Pour participer il faut remplir le formulaire en ligne et fournir les fichiers/documents demandés. Les finalistes ou lauréats du concours s'engagent à communiquer sur leurs réseaux sociaux à propos de leur sélection en tant que finaliste ou de leur victoire.

ARTICLE 4 -

Les candidats peuvent concourir à plusieurs Awards parmi la liste des catégories suivantes :

Artiste l'Année

L'artiste solo qui aura fait preuve de créativité, de régularité et d'authenticité dans sa relation avec ses fans sur les réseaux sociaux.

Groupe ou ensemble de l'Année

Le groupe ou ensemble d'artistes qui aura fait preuve de créativité, de régularité et d'authenticité dans sa relation avec ses fans sur les réseaux sociaux.

Artiste ou Groupe Révélation de l'Année

L'artiste ou groupe indépendant ou signé en label qui a déjà sorti au moins un album ou un EP et donc les ventes ou équivalent ventes n'ont pas dépassé les 50 000 exemplaires et qui aura fait preuve de créativité, d'originalité et d'authenticité dans sa relation avec ses fans sur les réseaux sociaux.

Label / Artist Services Company de l'Année

Le label, la structure d'Artist Services qui aura fait le plus preuve de créativité dans la communication digitale de l'accompagnement d'au moins 3 artistes ou un minimum de 3 opérations au cours d'une année.

Opération solidaire de l'année

La collaboration la plus influente entre un.e artiste ou groupe d'artistes et une organisation humanitaire ou caritative pour la promotion d'une cause et/ou la récolte de fonds. Lauréat.e.s : l'Artiste et l'organisation caritative ou humanitaire.

Agence Social Media de l'Année

L'agence de création, de production de contenus, de communication, de marketing digital, le ou la community manager ou social media manager indépendant.e à l'origine d'une opération ou production créative marquante au cours de la période de sélection.

Dispositif Social Media de l'Année

Le dispositif d'activation, de communication ou de lancement le plus créatif et engageant de l'année.

Lauréat.e.s : Les candidat.e.s à cet Award devront indiquer un maximum de 4 partenaires (artiste, label /artist services company, management, agence, partenaire media ou technologique). Les différents partenaires de la stratégie récompensée recevront un trophée.

Videoclip de l'Année

Le vidéoclip qui aura marqué l'année par son esthétisme, son scénario, sa réalisation technique ou sa viralité.

Lauréat.e.s : le réalisateur ou la réalisatrice et l'artiste.

Visuel EP ou Album

Le visuel d'un album ou d'un EP le plus esthétique, créatif ou audacieux sorti dans le commerce au cours de la période de sélection.

Lauréat.e.s : l'artiste et le photographe ou le graphiste ou l'illustrateur.trice.

Podcast de l'Année

Lauréat.e : l'animateur.trice du podcast.

Web Série ou Web Channel de l'Année

La web série ou la plateforme thématique sur les réseaux sociaux (chaîne Youtube, profil Instagram, etc...) sur l'univers de la musique avec une identité visuelle et une ligne éditoriale spécifique. Lauréat.e.s : l'artiste et le réalisateur ou réalisatrice de la web série / Le créateur.trice (ou agence conceptrice de la web channel).

Collaboration & Influence de l'Année

La collaboration la plus créative, improbable ou audacieuse de l'année entre un.e artiste et une marque, un.e autre artiste, un(e) influenceur/ceuse hors musique ou une organisation.

Lauréat.e.s : l'Artiste et la marque ou l'influenceur/euse ou l'institution.

Promotion ou Expérience Live de l'Année

La stratégie Social Media la plus créative mise en oeuvre par une structure du spectacle vivant (production de spectacles, organisation de festivals, exploitation de salles, etc...) pour attirer du public à son concert ou faire vivre une expérience aux spectateurs. Lauréat.e.s : l'artiste, la société de production du spectacle et l'agence ou partenaire technologique.

Start-Up de l'Année

L'innovation qui repose sur une technologie et qui facilite la relation entre les différents acteurs (artistes, public, labels, marques, médias, ...).

Lauréat.e.s : la société porteuse du projet.

ARTICLE 5 -

Pour participer les candidats devront remplir le formulaire accessible via ce lien : <http://www.socialmusicawards.com/candidater> et fournir les informations suivantes :

Nom :

Prénom :

Fonction :

Nom d'artiste ou de la structure :

Téléphone :

E-mail :

Cocher les cases du ou des Awards pour le(s)quel(s) vous souhaitez candidater.
Vous pouvez candidater à plusieurs Awards.

Nom de l'opération, de l'innovation ou du contenu :

Partenaires (créatifs / techniques / promotionnels) :

Problème posé et objectif recherché :

Descriptif du dispositif (500 mots maximum) :

Publics concernés :

Indiquer l'adresse de vos 3 principaux réseaux sociaux :

Les Résultats (statistiques, retombées médiatiques)

Cocher la case : déclaration sur l'honneur de non falsification des statistiques produites et de n'enfreindre aucune réglementation légale et sociale en vigueur.

Cocher la case : acceptation que les éléments soient communiqués au public pour la promotion de l'évènement.

Cocher la case : je reconnais avoir pris connaissance et accepte le règlement.

ARTICLE 6 -

Pour étayer leur cas / dispositif les candidats seront amenés à fournir les documents ou fichiers suivants par mail à l'adresse suivante : candidature@socialmusicawards.com

- Fichier numérique uniquement PDF
- Photos
- Vidéos (.mov ou .mp4)
- Audio (mp3)
- Articles et/ou revue de presse (pdf seulement)
- Bilan statistique

ARTICLE 7 -

Les dossiers d'inscription devront être adressés à l'organisation des Social Music Awards via le formulaire en ligne ainsi que les fichiers et documents demandés à l'adresse candidature@socialmusicawards.com selon le calendrier défini par le règlement des Social Music Awards.

11 octobre 2021

Ouverture de l'appel à candidatures via notre formulaire en ligne

10 novembre 2021 à 23:59

Clôture de l'appel à candidatures

25 novembre 2021

Annonce des nommé.e.s

13 décembre 2021

Annonce du Palmarès sur internet

ARTICLE 8 -

Pour l'édition des « Social Music Awards 2021 », la période de sélection concerne les opérations social media et innovations technologiques dont le lancement a été effectué entre le 01/10/2020 et le 30/09/2021.

ARTICLE 9 -

Le jury désigne le ou la lauréat.e de chaque Award suite à un vote après délibération au cours d'une demi-journée en présentiel ou par visioconférence. Le jury paritaire est composé de créatifs/ves, d'expert.e.s en marketing, médias sociaux, stratégie digitale, distribution numérique et en innovations technologiques. Le ou la candidat.e ayant obtenu le plus de suffrages remporte l'Award.

En cas d'égalité, la voix du Président ou de la Présidente du jury sera prépondérante. Les membres du jury s'abstiennent de voter pour les projets dans lesquels leur entreprise, leur agence ou leurs artistes sont impliqués. À titre exceptionnel et en concertation avec les membres du bureau de l'association, le jury peut attribuer un Award d'honneur ou créer une catégorie spécifique.

ARTICLE 10 -

Pour chaque projet, le jury s'attachera à juger :

La qualité du storytelling mis en oeuvre par rapport à l'objectif souhaité

La créativité du dispositif

La qualité d'exécution

Le degré d'innovation technologique

L'ampleur des retombées médiatiques et social media

Le taux de conversion constaté

ARTICLE 11 -

Un Social Music Award d'Honneur ou Un Prix Spécial du Jury pourra être décerné à un.e artiste ou groupe d'artistes désigné.e par l'organisation des Social Music Awards.

ARTICLE 12 -

Les membres du jury sont désignés par les membres fondateurs des Social Music Awards

ARTICLE 13 -

La sélection des finalistes soumise aux délibérations du jury est établie par Yves-Michel

Aklé et Emily Gonneau à partir des propositions des membres de Social Music Café et Nüagency, des candidatures reçues via le formulaire prévu à cet effet ainsi que des propositions d'un comité des nominations composé d'experts de la création, de l'innovation technologique et de la communication.

ARTICLE 14 -

Les nommés sont encouragés à communiquer à propos de leur nomination ou de leur victoire sur leurs réseaux sociaux.

ARTICLE 15 -

L'annonce des lauréats se déroulera lors d'une cérémonie par visioconférence.
Les lauréat.e.s recevront un diplôme en version numérique, ils / elles pourra récupérer le trophée physique sur simple demande auprès de l'organisation des Social Music Awards.

ARTICLE 16 -

Les lauréat.e.s remporteront un trophée physique choisi par les membres fondateurs des « Social Music Awards ».
La mention de cette distinction pourra être utilisée sur tous leurs supports de communication sans limite de temps.
Un relais médiatique sera assuré par les différents partenaires des Social Music Awards.

ARTICLE 17 -

Toute réclamation intervenue au cours de la procédure de candidature et de l'attribution des Awards sera géré par les membres fondateurs des Social Music Awards.

www.socialmusicawards.com

contact@socialmusicawards.com