

Prix Format *Libre*

28^e édition
Mise à jour août 2023



Centraide
Québec et
Chaudière-Appalaches

Imédia.

IGA
des Sources

-
- 03 Introduction
 - 05 Catégories et admissibilité
 - 17 Procédure de sélection
 - 18 Jury
 - 26 Dévoilement
 - 27 Calendrier
 - 28 Récipiendaires des Prix Format Libre

1.1 Marque de reconnaissance

Créés en 2008 à l'occasion de la célébration du 400^e anniversaire de Québec, les Prix Format Libre se veulent une marque de reconnaissance remise aux professionnel.le.s, aux gens d'affaires ainsi qu'aux entreprises afin de souligner les bons coups et les réalisations spécifiquement en lien avec l'univers de la communication et du marketing.

Cette marque distinctive est donc attribuée annuellement aux acteurs.trices qui œuvrent ou ont œuvré dans la grande région de Québec. Ils ont en commun un niveau élevé de créativité, d'entrepreneuriat, de même qu'un degré supérieur de leadership. Ils influencent de façon remarquable la pensée et les actions des intervenant.e.s favorisant ainsi l'évolution professionnelle et économique du milieu.

1.2 Événement établi

Afin de célébrer la réussite professionnelle et d'affaires en communication et marketing, les Prix Format Libre sont décernés aux récipiendaires dans le cadre de l'événement de Format Libre, événement des médias.

Au fil du temps, ce rendez-vous annuel est devenu le plus grand rassemblement de professionnel.le.s et de gens d'affaires de notre industrie dans la Capitale-Nationale, une tribune idéale pour mettre en valeur l'œuvre des leader.euse.s. Forts de la notoriété acquise à ce jour, les Prix Format Libre s'avèrent maintenant la marque de reconnaissance la plus convoitée en communication et marketing dans la région.

3.1 Admissibilité

Soumission

Un même projet peut être soumis dans plus d'une catégorie, en respectant les catégories ainsi que les différentes disciplines. Une même agence peut inscrire plus d'une pièce par catégorie*.

Pour être admissible, le projet doit avoir été diffusé entre le 1^{er} septembre 2022 et le 30 août 2023.

*Si un projet est inscrit dans la catégorie Campagne Intégrée ou Campagne 50 000\$ et moins, il ne peut se retrouver dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Diffusion

Chaque projet soumis doit être conçu sur le territoire de la région de Québec et Chaudière-Appalaches, mais peut être diffusé à l'échelle provinciale, nationale et internationale.

Coût

La soumission des pièces est gratuite. Nous vous encourageons plutôt à faire un don à Centraide Québec et Chaudière-Appalaches par notre plateforme d'inscription.

3.2 Catégorie Création publicitaire

Définition des catégories

Campagne Affichage

(Panneaux imprimés ou numériques: panneau routier, affichage sauvage, abri de bus, panneau de bus, etc.)

Campagne d'affichage publicitaire incluant une ou plusieurs structures d'affichages intérieur ou extérieur. Cette catégorie inclut des pièces imprimées ou numériques, de petit ou grand format tel que panneau routier, super-panneau, affichage sauvage, panneau-affiche, abribus, colonnes Morris, mobilier urbain et panneau de bus.

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- Jusqu'à 5 images du projet
- Optionnel: 1 PDF de 2 pages maximum, 1 vidéo ou URL du projet
- Crédits du projet

Campagne Télévision

Publicité télévisée ou contenu de marque diffusés sur le canal traditionnel et/ou sur une ou plusieurs plateformes numériques en format 15 secondes, 30 secondes, 1 minute et plus.

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 Vidéo .MP4 ou URL du projet (ou plus d'une vidéo s'il s'agit d'une série d'un même projet)
- Optionnel: jusqu'à 5 images supplémentaires
- Optionnel: 1 vidéo .MP4 ou URL supplémentaire d'une déclinaison de formats
- Crédits du projet

Campagne Radio

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.).

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 .MP3 ou URL du projet (ou plus d'une vidéo s'il s'agit d'une série d'un même projet)
- Optionnel: 1 vidéo .MP3 ou URL supplémentaire d'une déclinaison de formats
- Crédits du projet

Campagne Journal et Magazine

Campagne journal ou magazine diffusée sur le canal traditionnel.

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 image du projet
- Optionnel: jusqu'à 5 images supplémentaires
- Crédits du projet

Campagne Numérique

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

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 Vidéo .MP4 ou URL du projet ou 1 à 5 images du projet
- Optionnel: jusqu'à 5 images supplémentaires
- Optionnel: 1 vidéo .MP3 ou URL supplémentaire d'une déclinaison de formats
- Crédits du projet

Campagne Intégrée

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

*Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne Intégrée, il ne peut se retrouver dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 Vidéo .MP4 ou URL du projet
- 1 à 5 images du projet
- Optionnel: jusqu'à 5 images supplémentaires
- Optionnel: 1 PDF de 2 pages maximum, 1 vidéo ou URL du projet
- Crédits du projet

Campagne 50 000\$ et moins

Campagne ayant un budget média et de production de moins de 50 000 \$ déployée sur une majorité ou sur l'ensemble de canaux de communications pour un client précis.

*Attention, si le projet est inscrit dans la catégorie Campagne 50 000\$ et moins, il ne peut se retrouver dans les autres catégories de la section Campagne publicitaire.

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 Vidéo .MP4 ou URL du projet
- 1 à 5 images du projet
- Optionnel: jusqu'à 5 images supplémentaires
- Optionnel: 1 PDF de 2 pages maximum, 1 vidéo ou URL du projet
- Crédits du projet

Critères du jury

- Qualité d'exécution
- Créativité
- Efficacité et performance

Spécifications techniques

Nomenclature

Veillez inscrire le nom du client et le type de projet.

Ex: NomClient_TypeProjet.XXX,
NomClient_TypeProjet_02.XXX, etc.

Rappel: À des fins d'impartialité, les pièces soumises doivent demeurer anonymes. Aucune mention de l'agence ayant réalisé le mandat ne doit apparaître sur la pièce.

Crédits

Veillez inscrire le nom de l'agence/entreprise et de toutes les personnes impliquées dans la réalisation du projet ainsi que leurs titres.

Ex: NomAgence_PrénomNom_TitreProfessionnel

Général

Image

- Format: JPEG ou PNG
- Dimensions: largeur et hauteur entre 4800 et 2400 pixels
- Taille du fichier: ne peut excéder 7 MB/image
- Mode de couleurs: RGB

PDF

- Maximum 2 pages
- Ne peut excéder 50 MB

Audio

- Format: .MP3
- Taille du fichier: ne peut excéder 100 MB

Vidéo

- Formats: .MOV ou .MP4 (compression h.264)
- Ratio: 16:9
- Résolution: 1920 x 1080 (minimum 1280 x 720)
- Taille du fichier: ne peut excéder 100 MB
- Durée maximum de 2 minutes pour les vidéos de projet

URL

Veillez fournir une URL neutre et valide de septembre 2022 à septembre 2023.

- 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

*Si le lien contient un nom d'utilisateur et un mot de passe, vous devez l'inclure dans le formulaire d'inscription.

3.3 Talent

Définition des catégories

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.

Requis

Un PDF incluant:

- 1 image d'identification au format 16:9 (photo du ou de la professionnel.le)
- Nom et 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
- Logo de l'entreprise en format vectoriel (.EPS)
- 3 à 10 images ou vidéos représentant les actions de communication de la dernière année
- Tous autres documents jugés pertinents

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 35 ans et moins avant le 31 décembre de l'année précédente.

Requis

Un PDF incluant:

- 1 image d'identification au format 16:9 (photo du ou de la professionnel.le)
- Nom et prénom
- Âge
- 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
- Logo de l'entreprise en format vectoriel (.EPS)
- 3 à 10 images ou vidéos représentant les actions de communication de la dernière année
- Tous autres documents jugés pertinents

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.

Requis

Un PDF incluant:

- Nom et prénom
- Résumé du parcours professionnel
- 1 image d'identification (photo du ou de la professionnel.le)
- Logo de l'entreprise fréquentée en format .EPS ou .PNG
- Plus de 10 images ou vidéos en lien avec la carrière professionnelle
- Tous autres documents jugés pertinents

Critères du jury

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

Général

Image

- Format: JPEG ou PNG
- Dimensions: largeur et hauteur entre 4800 et 2400 pixels
- Taille du fichier: ne peut excéder 7MB
- Mode de couleurs: RGB

PDF

- Maximum 5 pages
- Ne peut excéder 50 MB

Vidéo

- Formats: .MOV ou .MP4 (compression h.264)
- Ratio: 16:9
- Résolution: 1920 x 1080 (minimum 1280 x 720)
- Taille du fichier: ne peut excéder 100 MB
- Durée maximum de 2 minutes pour les vidéos de projet

Logo

Format vectoriel (.EPS)

3.3 Stratégie

Définition des catégories

Stratégie de l'année en communication

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

Requis

Un PDF incluant:

- 1 image d'identification au format 16:9
- Nom du client/entreprise
- Résumé des actions de communication et marketing de la campagne
- Résultats et retombées (performance)
- 3 à 10 images ou 1 vidéo représentant les actions de communication et marketing
- Tous autres documents jugés pertinents

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.

Requis

Un PDF incluant:

- 1 image d'identification au format 16:9
- 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 de l'événement (bons coups et pourquoi l'événement s'est démarqué cette édition-ci)
- Optionnel: fournir un lien vers le ou les différentes plateformes sociales
- Logo de l'entreprise en format vectoriel (.EPS)
- 3 à 10 images ou 1 vidéo représentant les actions de communication et marketing
- Tous autres documents jugés pertinents

Stratégie de relations publiques

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

Requis

Un PDF incluant:

- 1 image d'identification au format 16:9
- Nom du client/entreprise
- Résumé des actions de la stratégie de relations de presse
- Logo de l'entreprise en format vectoriel (.EPS)
- 3 à 10 images ou vidéos représentant les actions de communication et marketing de la dernière année
- Tous autres documents jugés pertinents

Critères du jury

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

Général

Image

- Format: JPEG ou PNG
- Dimensions: largeur et hauteur entre 4800 et 2400 pixels
- Taille du fichier: ne peut excéder 7MB
- Mode de couleurs: RGB

PDF

- Maximum de 5 pages
- Ne peut excéder 50 MB

Vidéo

- Formats: .MOV ou .MP4 (compression h.264)
- Ratio: 16:9
- Résolution: 1920 x 1080 (minimum 1280 x 720)
- Taille du fichier: ne peut excéder 100 MB
- Durée maximum de 2 minutes pour les vidéos de projet

Logo

Format vectoriel (.EPS)

3.4 Design

Définition des catégories

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 (logo) déjà existante. Les plateformes peuvent être institutionnelles (ex.: entreprise) ou saisonnières/annuelles (ex.: événement).

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 Vidéo .MP4 ou URL du projet ou 5 à 10 images du projet
- Optionnel: jusqu'à 5 images supplémentaires ou 1 PDF de 2 pages maximum
- Optionnel: 1 vidéo .MP3 ou URL supplémentaire d'une déclinaison de formats
- Crédits du projet

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.

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 image si pièce unique ou 3 images si série
- Optionnel: 1 image supplémentaire
- Crédits du projet

Site web

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

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 lien URL valide
- 1 à 5 images du projet
- Optionnel: 1 vidéo .MP4 supplémentaire d'une déclinaison de formats
- Crédits du projet

Motion

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

Requis

- 1 image d'identification au format 16:9
- 1 Vidéo .MP4 ou URL du projet
- Optionnel: 1 à 5 images supplémentaires
- Crédits du projet

Critères du jury

- Qualité d'exécution
- Créativité/originalité
- Pertinence

Spécifications techniques

Nomenclature

Veillez inscrire le nom du client et le type de projet.

Ex.: NomClient_TypeProjet.XXX, NomClient_TypeProjet_02.XXX, etc.

Rappel: À des fins d'impartialité, les pièces soumises doivent demeurer anonymes. Aucune mention de l'agence ayant réalisé le mandat ne doit apparaître sur la pièce.

Crédits

Veillez inscrire le nom de l'agence/entreprise et de toutes les personnes impliquées dans la réalisation du projet ainsi que leurs titres.

Ex.: NomAgence_PrénomNom_TitreProfessionnel

Général

Image

- Format: JPEG ou PNG
- Dimensions: largeur et hauteur entre 4800 et 2400 pixels
- Taille du fichier: ne peut excéder 7 MB/image
- Mode de couleurs: RGB

PDF

- Maximum de 2 pages
- Ne peut excéder 50 MB

Vidéo

- Formats: .MOV ou .MP4 (compression h.264)
- Ratio: 16:9
- Résolution: 1920 x 1080 (minimum 1280 x 720)
- Taille du fichier: ne peut excéder 100 MB
- Durée maximum de 2 minutes pour les vidéos de projet

URL

Veillez fournir une URL neutre et valide de septembre 2022 à septembre 2023.

- 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

*Si le lien contient un nom d'utilisateur et un mot de passe, vous devez l'inclure dans le formulaire d'inscription.

3.4 Web

Définition des catégories

Site web vitrine

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

Optionnel : détaillez les éventuelles contraintes et objectifs visés.

Requis

- 1 URL du projet
- 1 image d'identification
- Crédits du projet
- Langages et/ou bibliothèques utilisés
- Plateforme (natif, CMS open-source, plateforme no-code)

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...)

Optionnel : détaillez les éventuelles contraintes et résultats pertinents.

Requis

- 1 URL du projet
- 1 image d'identification
- Crédits du projet
- Langages et/ou bibliothèques utilisés
- Plateforme (natif, CMS open-source, plateforme no-code)

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.).

Optionnel: détaillez les éventuelles contraintes et objectifs visés.

Requis

- 1 URL du projet
- 1 image d'identification
- Crédits du projet
- Langages et/ou bibliothèques utilisés
- Plateforme (natif, CMS open-source, plateforme no-code)

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)

Spécifications techniques

Nomenclature

Veillez inscrire le nom du client et le type de projet.

Ex: NomClient_TypeProjet.XXX, NomClient_TypeProjet_02.XXX, etc.

Rappel: À des fins d'impartialité, les pièces soumises doivent demeurer anonymes. Aucune mention de l'agence ayant réalisé le mandat ne doit apparaître sur la pièce.

Crédits

Veillez inscrire le nom de l'agence/entreprise et de toutes les personnes impliquées dans la réalisation du projet ainsi que leurs titres.

Ex: NomAgence_PrénomNom_TitreProfessionnel

Général

Image

- Format: JPEG ou PNG
- Dimensions: largeur et hauteur entre 4800 et 2400 pixels
- Taille du fichier: ne peut excéder 7 MB/image
- Mode de couleurs: RGB

URL

Veillez fournir une URL neutre et valide de septembre 2022 à septembre 2023.

*Si le lien contient un nom d'utilisateur et un mot de passe, vous devez l'inclure dans le formulaire d'inscription.

4.1 Mise en candidature

Chaque année, Format Libre lance un appel de candidatures via son site web et avec l'appui promotionnel et de votation de tous ses partenaires.

- Toute personne ou entreprise intéressée doit alors constituer un dossier de candidature (en ligne : <https://inscription.formatlibre.ca>) mettant en valeur les réalisations d'une personne, d'une entreprise ou d'une campagne médiatique;
- Tous les dossiers de candidature dûment constitués seront soumis à l'analyse d'un jury de mise en candidature;
- Pour chacune des vingt catégories de Prix Format Libre, un maximum de trois candidatures seront retenues par le jury;
- Tous les récipiendaires seront officiellement annoncés lors de l'évènement annuel de Format Libre, évènement des médias.

Jury

Parmi les nouveautés de cette année, le jury détient une place de choix. Pour la 14^e édition du concours, ce jury sera composé exclusivement de têtes d'affiches, reconnues pour leurs apports importants dans le monde des communications.

Ces gens d'expérience, qui œuvrent dans le domaine depuis plusieurs années, se diviseront en quatre catégories distinctes : Stratégie et Talent, Publicitaire, Design et Web. Ils détermineront les performances les plus distinctives et sélectionneront les vainqueurs.

5.1 Jury stratégie et talent

Jean Rouleau — Stratège senior, Ogilvy Canada

Stratège senior chez Ogilvy Canada, Jean Rouleau cumule 35 ans d'expérience en planification stratégique. Au cours de sa carrière, il a dirigé de nombreuses campagnes publicitaires et mandats de communication de grande envergure, et ce, dans presque tous les secteurs d'activité.



Mireille Côté — Associée et présidente, LG2

En 2005, Mireille se joint à LG2 pour démarrer, avec son grand complice Luc Du Sault, le bureau de LG2 Québec. Depuis, elle dirige avec une humilité sincère une équipe dont les réalisations ont fait le tour de la planète. Mireille est aussi membre de 5 conseils d'administration dont La Ruche, Le Diamant et Le Carnaval de Québec.

Mireille est une femme d'actions et de convictions. En 2016, elle est nommée parmi les 10 femmes les plus inspirantes en communication et parmi les 8 femmes incontournables du Québec – Premières en affaires.



Marie-Claude Brousseau — Directrice des communications, Ville de Québec

Œuvrant dans le domaine des communications depuis plus de 15 ans, Marie-Claude a évolué à l'intérieur de différents univers. Débutant sa carrière dans le domaine manufacturier, elle poursuit son cheminement dans le monde du commerce au détail pour ensuite intégrer l'hôtellerie où elle occupe le poste de Directrice des Relations publiques au Fairmont Le Château Frontenac. Depuis 2017, c'est à titre de Directrice de la Division des communications en Sécurité publique à la Ville de Québec qu'elle évolue. Dynamique et engagée, les défis se succèdent pour Marie-Claude et sa passion pour la communication demeure toujours aussi présente.



Bernard Godbout — Vice-président mise en marché et marketing, Familiprix inc.

En janvier 2018, M. Bernard Godbout, diplômé en administration des affaires de l'Université Laval, a été nommé vice-président marketing de Familiprix. Il a occupé ce poste pendant deux ans et a été promu par la suite vice-président mise en marché et marketing pour l'entreprise.

Au cours de ses 31 années d'expérience, M. Godbout a occupé différentes fonctions à titre de vice-président et plusieurs postes de direction, tant au niveau des opérations de détail, de la mise en marché et du marketing et ce, pour plusieurs chaînes dans le commerce de détail, dans les secteurs de la pharmacie et de l'alimentation.

Familiprix inc. est un regroupement de 410 pharmaciens propriétaires indépendants répartis à travers le Québec et le Nouveau-Brunswick et est un leader dans le secteur pharmaceutique au détail.



Nancy Girard — Directrice des communications et relations avec les diplômées, diplômés. Direction de la philanthropie et des relations avec les diplômées et diplômés, Université Laval

Fière diplômée de l'Université Laval en communication publique, Nancy Girard œuvre depuis près de 25 ans à titre de gestionnaire d'équipes multidisciplinaires dans le domaine des communications, de l'événementiel et du marketing.

Sa force réside indéniablement dans ses capacités relationnelles énergiques qui teinte évidemment son leadership mobilisant.

Elle aime s'entourer de forces créatives complémentaires afin d'innover pour faire briller les marques.



5.2 Jury publicitaire

David Poulin — Réalisateur et directeur, Nova film

En 2007, après ses études universitaires en cinéma et en administration, David fonde, avec son complice François Lallier, Nova Film. Depuis, il dirige une équipe dont les réalisations ont laissé leurs traces autant au Québec qu'à l'international. David se spécialise dans la réalisation de publicité et de contenu reliés aux sports d'action.



Felix-Antoine Belleville — Concepteur Rédacteur, LG2 Québec

Fan fini de bonnes idées et d'LG2, F-A rejoint les rangs de l'agence en 2019. Dès sa première année, il cumule les distinctions dans les concours publicitaires. Récompensé à l'international, F-A a également conçu des campagnes qui ont généré des résultats d'impact pour des clients d'ici comme la SAAQ, Village Montréal, Exceldor, Canac et Youth Mental Health Canada. Créatif passionné et médiocre patineur, il croit au travail d'équipe et qu'une idée simple peut changer le monde, mais pas au retour des Nordiques. Il adore également terminer les textes de présentation avec une citation pour montrer qu'il lit des livres. « You'll never know what you're looking for until you find it and you'll never find it if you know what you're looking for »



Simon Hatem — Directeur création, Metah nomis

En 1998, Simon Hatem fait sa marque en créant la boîte qui portera son nom. Réputé pour son audace et son innovation, il met au service des entreprises son talent créatif qui est inspiré par l'art, l'architecture, le design, la technologie et la communication. Pour plusieurs il est le guru, pour d'autres il est, grâce à son design efficace et distinctif, celui qui leur ont permis de gagner d'importantes parts de marché.

Simon Hatem, sait traduire le rêve en une image de marque concrète qui fera une différence bien marquée dans le temps et dans les résultats.



Simon Litalien — Président, Kabane

Fondateur et Président de l'agence Kabane, Simon allie son intuition et son écoute pour créer des équipes multidisciplinaires efficaces, toutes orientées vers ce que les marques ont réellement besoin. Ni plus, ni moins.

Personne aux profondes valeurs familiales, Simon est impliqué auprès de la jeunesse sous plusieurs fondations, et s'investi dans la formation des prochaines générations de communicateurs.



Dominic Ouellette — Concepteur-rédacteur, Imédia firme créative

Fort d'une expérience de plusieurs années au sein d'agences de communication, Dominic sait mousser les échanges et relancer des idées afin de les développer à leur plein potentiel.



5.3 Jury design

Anthony Verge — Designer graphique, LG2 Québec

Depuis plus de dix ans, Anthony met son talent à profit sur une foule de projets, tant pour des « petits » clients que sur des comptes de grande envergure. Son travail a été primé plus de 70 fois dans plusieurs concours nationaux et internationaux.



Chany Lagueux — Cofondateur et Designer associé, CRITERIUM

Chany Lagueux est cofondateur et designer associé chez CRITERIUM, studio de design basé à Québec. Fondé en 2012, le studio se spécialise en identités visuelles, conception éditoriale et design d'emballage pour un large éventail de clients, incluant institutions, organisations culturelles, artistes et entreprises. Depuis 2002, son travail a été récompensé autant au niveau national qu'international. Père de deux enfants, il trouve étrangement le temps de faire du skateboard, jouer de la batterie dans différents projets, et publier sporadiquement un « zine » de skateboard.



Laurent Grislain — Designer et associé, Studio Alinéa

Bordelais d'origine, Laurent cumule plus de 15 ans d'expérience en design graphique entre l'Europe et le Canada. Co-créateur du Studio Alinéa, il continue à œuvrer avec la même passion qu'au premier jour.

Laurent croit que la curiosité, l'écoute et la collaboration sont les fondements d'un projet réussi.



Louise Paradis — Professeure assistance, École de design de l'Université Laval

Louise Paradis est professeure assistante à l'École de design de l'Université Laval. Designer graphique et directrice artistique de formation, elle partage des intérêts pour la typographie et l'histoire du design graphique. Avant de se joindre à l'équipe professorale de l'École de design de l'Université Laval à Québec en 2021, elle a été chargée de cours à l'Université du Québec à Montréal (UQAM) pendant plusieurs années. Elle est titulaire d'une maîtrise en direction artistique de l'École cantonale d'art de Lausanne (ECAL) et d'un baccalauréat en design graphique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Elle est chercheuse principale, co-auteure et co-designer du projet 30 Years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter, publié par Lars Müller en 2013, réédité en 2017 et traduit en chinois en 2021. Pendant plusieurs années, elle travaille en tant que designer graphique et directrice artistique à Los Angeles et à Montréal, principalement dans l'industrie de la mode. Elle est également une collaboratrice de longue date pour la fonderie typographique suisse Optimo en tant qu'éditrice de contenus web.



Marie-Joëlle Lemire — Directrice de création, Imédia

Marie-Joëlle travaille actuellement chez Criterium en tant que Designer et chez Imédia en tant que Directrice de création de l'équipe de design. Depuis plusieurs années, elle partage son temps entre un studio de design axé sur la typographie et la création, en particulier pour des projets culturels et éditoriaux, et une agence de communication offrant une expérience de marque complète, où elle occupe un rôle créatif et de gestion. Elle est spécialisée dans les identités visuelles, les projets imprimés, l'édition et la direction artistique. Elle s'intéresse particulièrement à la typographie, à la matérialité et aux techniques d'impression. En travaillant pendant plus de dix ans en agence, Marie-Joëlle a reçu plusieurs prix pour son travail, tant au niveau provincial, national qu'international. Elle a également fait partie de plusieurs jurys pour différents concours, tels que les Idéa et les Applied Arts Awards en plus de s'impliquer au niveau collégial et universitaire.



5.4 Jury web

Olivier Aubin — Design Lead, Mirego

En tant que Design Lead chez Mirego, Olivier possède une solide expérience de près de 10 ans dans le domaine du design de produits numériques. Il a eu l'opportunité de travailler sur d'importants projets tels que les applications mobiles du Canadiens de Montréal, de la SAQ, de Sobeys et de Golf Canada. Sa vision stratégique du design et son profond souci pour les utilisateurs lui permettent de concevoir des expériences numériques d'une qualité exceptionnelle.



Pascale Turpin — Lead Marketing, Novatize

Pascale évolue dans le milieu des agences à Québec depuis plus de 8 ans. En 2020 elle a rejoint l'équipe de Novatize, une firme spécialisée en eCommerce en très forte croissance. Elle occupe maintenant le rôle de lead marketing et a pour ambition de faire rayonner Novatize.

Passionnée et très impliquée, Pascale se donne l'humble mission personnelle de mettre de l'avant le talent des femmes dans le milieu des affaires et des technologies. Le développement durable et l'innovation sont au cœur de toutes ses initiatives.



Charles Guimond — Président et Fondateur, O2 Web

Charles Guimond est président et fondateur de l'agence O2 Web, spécialisée dans le développement de solutions e-commerce intégrées, flexibles et innovantes. Ingénieur de formation, il a fondé O2 Web en 2006, alors qu'il était encore à l'université. Depuis, l'agence n'a cessé de croître et 17 ans plus tard, elle compte une équipe de plus de 90 experts répartis sur deux sites au Québec. Passionné par les nouveaux enjeux du e-commerce, Charles œuvre pour le succès de ses clients en mettant la haute technologie au service de leur croissance e-commerce.



Thierry Poitras — Fondateur et Président, Sigmund

Fondateur et président de Sigmund, Thierry veut faire la différence en aidant les projets bienveillants, structurants et durables à prendre racine au moyen de la technologie, afin d'impacter positivement nos communautés et la société québécoise.



Carl Frédéric De Celles — Président et Fondateur, iXmédia

Économiste de formation, Carl Frédéric De Celles œuvre depuis plus de 28 ans dans le domaine numérique. Outre son quotidien d'associé chez iXmédia, Kabane et Septembre Éditeur, il préside les conseils d'administration de Québec Numérique, du Théâtre du Trident, et du MT Lab. Il siège également sur le conseil d'administration des Éditions Alto. Tout ces projets ont en commun de rassembler des gens passionnés par le numérique, la communication, la culture, la pédagogie et le réflexe entrepreneurial.

Au cours des dernières années, grâce au travail de l'équipe de Québec Numérique, et à l'engagement de nombreux partenaires publics et privés, il a orchestré la mise en place de 42 Québec, première filiale canadienne de la célèbre école parisienne. Grâce à ce projet, plus de 600 personnes bénéficieront d'un apprentissage différent des technologies numériques au cours des 5 prochaines années, une approche innovante pour contrer la pénurie de main d'œuvre et faire émerger les talents numériques.



Les candidatures retenues pour chaque catégorie feront l'objet d'une courte présentation audiovisuelle lors de la remise des Prix Format Libre à l'événement Format Libre.

Le ou la récipiendaire de chaque catégorie sera connu.e sur place et invité.e à s'adresser à l'auditoire. Les résultats de la sélection et les photos des récipiendaires seront communiqués via le site web et les médias sociaux.

7.0 Calendrier

Début des inscriptions	Juillet 2023
Date limite des inscriptions	1 ^{er} septembre 2023
Dévoilement des finalistes	Octobre 2023
Événement et remise des prix	23 novembre 2023

Consulter les récipiendaires des années passées [ici](#).