



## CONCOURS

Appel à candidatures pour la campagne promotionnelle de la FQPPU

« L'Université, ça change la vie »

Janvier 2017

## Modalités générales

En préparation de sa prochaine campagne promotionnelle au moyen des réseaux socio-numériques, la Fédération québécoise des professeures et professeurs d'université (FQPPU) lance un concours auprès des étudiants<sup>1</sup> universitaires (de façon individuelle ou en équipe). Les gagnants disposeront d'un budget de 5 000 \$ pour la production d'**une capsule vidéo d'une durée maximale de 90 secondes**. Ils se verront aussi remettre une bourse de 500 \$ par étudiant participant (maximum de 2 500 \$ par équipe) si la capsule vidéo est livrée dans les temps prescrits.

Les étudiants intéressés sont invités à déposer leur projet **d'ici le lundi 13 février à 12h**. Pour ce faire, ils doivent acheminer un dossier en format PDF à l'adresse [federation@fqppu.org](mailto:federation@fqppu.org) ou par la poste à :

FQPPU

*Concours « L'Université, ça change la vie »*

666, rue Sherbrooke Ouest, bureau 300

Montréal (Québec), H3A 1E7

Le sceau de la poste servira à déterminer le respect de la date butoire du concours.

## Contexte

La campagne « L'Université, ça change la vie » est lancée dans un contexte où l'image de l'Université québécoise au sein de l'opinion publique est ternie en raison d'une incompréhension de sa mission et du travail de ses artisans, voire de manifestations de positions anti-intellectualistes. Un climat de défiance envers les élites, entretenu par certains médias aux penchants populistes, mine les efforts des universitaires de faire valoir les retombées de leur travail pour la société québécoise.

## Objectifs

La campagne envisagée vise à valoriser : 1) **la mission universitaire**, orientée vers le progrès économique, social et culturel du Québec, ainsi que l'approfondissement de la démocratie, en renforçant la pensée critique et les compétences délibératives; 2) **les bénéfices de la fréquentation et de la présence d'institutions universitaires** pour les personnes, les collectivités et les territoires, en termes d'épanouissement et de maîtrise des leviers de développement; 3) **le travail des artisans de la vie universitaire** (professeurs, chargés de cours, chercheurs, employés, étudiants) en illustrant leurs contributions spécifiques dans la production et la transmission du savoir.

Puisque les capsules seront diffusées dans les milieux francophones et anglophones, le jury privilégiera les scénarios/synopsis pouvant être traduits facilement.

## Public cible

Le scénario/synopsis devra s'adresser aux jeunes du Québec âgés de moins de 30 ans. Nous visons les utilisateurs des réseaux sociaux, susceptibles de partager la vidéo dans leur entourage et de la rendre virale.

---

<sup>1</sup> Dans le présent document, le générique masculin est employé sans discrimination et uniquement pour faciliter la lecture du texte.

## **Mandat**

- Concevoir le scénario/synopsis d'une capsule vidéo promotionnelle d'un maximum de 90 secondes qui sera diffusée sur le web, en tenant compte du contexte, des objectifs et du public cible;
- Détailler le budget de production de la capsule vidéo (maximum 5 000 \$);
- Proposer un slogan de campagne, qui peut ou non être « L'Université, ça change la vie »;
- Suggérer un plan de déploiement média (web) réaliste compte tenu des objectifs et du public visé.

## **Budget et production**

Le dossier de candidature doit comprendre un budget de production détaillé et réaliste, qui comprend tous les éléments reliés au tournage (prise de vue, prise de son, etc.), au montage, ainsi qu'à la gestion et l'envoi des fichiers. Les étudiants sont responsables de se procurer eux-mêmes le matériel nécessaire au tournage (caméra, trépieds, micros, carte mémoire, etc.) et au montage (ordinateur, logiciels, etc.). La FQPPU ne fournit aucun matériel.

Le ou les candidats dont le projet est retenu se verront octroyer un budget d'un maximum de 5000 \$ et devront livrer une capsule vidéo « clé en main » et libre de droits. La FQPPU se réserve toutefois le droit de demander aux gagnants des modifications ou des correctifs mineurs avant la diffusion de la capsule.

Des frais raisonnables de déplacements (avec reçus) pourront être alloués en sus du 5000 \$ si le projet soumis le justifie. Une estimation de ces frais doit être présentée avec le budget inclus dans la soumission au concours.

## **Calendrier**

- 13 février 2017 (12h) : Date limite pour soumettre une candidature;
- 20 février 2017 : Annonce du ou des gagnants;
- 1<sup>er</sup> mai 2017 : Date limite de livraison de la capsule vidéo.

## **Modalités d'évaluation (pondération)**

1. Prise en compte du contexte et adéquation avec les objectifs (5/20)
2. Originalité du scénario et démonstration du potentiel viral (5/20)
3. Expérience de l'équipe (portfolio) (4/20)
4. Faisabilité du projet en fonction du budget présenté (4/20)
5. Référence(s) (2/20)

## Soumission du projet

Les personnes ou les équipes qui souhaitent soumettre un projet au concours doivent le faire avant le 13 février à midi. Le dossier doit comprendre :

1. Un scénario (environ 2 pages) et/ou un synopsis (1000 mots maximum) pour une capsule vidéo d'une durée maximale de 90 secondes;
2. Un budget de production;
3. Des suggestions quant aux plateformes et aux modalités de diffusion;
4. Des propositions quant au slogan de la campagne, qui peut ou non être « L'Université, ça change la vie »;
5. Un curriculum vitae faisant état des expériences pertinentes de la personne ou des membres de l'équipe et de leur champ d'études. N'oubliez pas d'y inscrire vos coordonnées complètes (adresse, numéro de téléphone et courriel);
6. Un portfolio (pour les vidéos, mettre des hyperliens) comprenant des réalisations antérieures pertinentes. Il peut s'agir de travaux scolaires;
7. Une lettre de recommandation d'un professeur rattaché aux domaines de la communication, des arts visuels, du marketing ou d'autres disciplines connexes.

### À propos de la FQPPU

La Fédération québécoise des professeures et professeurs d'université (FQPPU) est un organisme à vocation politique dont la mission globale est d'œuvrer au maintien, à la défense, à la promotion et au développement de l'université comme service public et de défendre une université accessible et de qualité.

Instance de concertation et d'action syndicale démocratique, la Fédération est vouée à la défense et à la promotion des intérêts de ses membres et de l'institution universitaire.

Respectueuse de l'autonomie de ses affiliés, elle agit comme porte-parole sur toutes les questions touchant l'enseignement supérieur et la recherche, le statut et le développement de l'université comme service public.

La FQPPU fonde son action sur l'implication militante des professeurs, sur le libre débat, le respect des opinions et la solidarité. La Fédération a comme objectif d'atteindre la parité de genre dans toutes ses instances et comités.

Elle entretient des liens de coopération et de solidarité avec les syndicats de professeurs et le mouvement syndical aux niveaux national et international, ainsi qu'avec les organismes qui, dans le domaine de l'enseignement supérieur en particulier, poursuivent des buts analogues.

Fondée le 16 mai 1991, la FQPPU regroupe 15 syndicats et associations rassemblant quelque 5 300 professeurs d'universités au Québec.