

31^e Édition

GRAND PRIX DU JOUET

26 juin 2014



LABEL DE RÉFÉRENCE POUR L'INDUSTRIE
ET LA DISTRIBUTION DE JEUX ET JOUETS

En partenariat avec :



FCJPE
Fédération des Commerces spécialistes
des Jouets et des Produits de l'Enfant

defours com
Video - Audio  Web - Event

2013 Le principe

- 2013 I. Les fabricants sélectionnent eux-mêmes les nouveautés jeux et jouets au sein de leurs collections 2014
- 2013 II. Présentation au Jury par la société Destination Jeux
 - 2013 N° 1 en France de l'événement et de la promotion dans le domaine du jeu et du jouet
- 2013 III. Le Jury procède par vote en fonction de leurs caractères innovants, de leurs qualités ludiques et éducatives.

2013 Un jury de professionnels

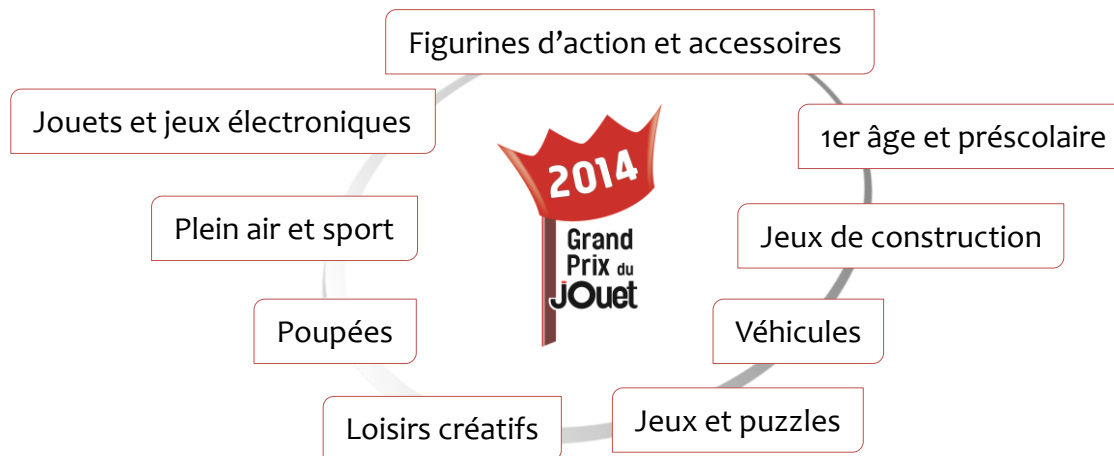
- 2013 Composé exclusivement de professionnels de la distribution jeux et jouets, acheteurs et responsables des achats dans les circuits spécialistes, indépendants, grands magasins et hypermarchés, et e-commerce
- 2013 Étaient présent en 2013 :

2013 Audrey BIARDEAU, C.discount
 2013 Marianne BOUILLON, Fnac.com
 2013 Gilles BROUCKE, Cora
 2013 Stéphane BUCHOUX, Auchan
 2013 Philippe BUSSON, Intermarché
 2013 Cyril DESMARS, King Jouet
 2013 Anaïs DONIO, Monoprix

2013 Olivier DONVAL, JouéClub
 2013 Valérie FARDEL, Picwic
 2013 Corinne GRENET, Toys « R » Us
 2013 Yoann MARFA-ANGLADA, Ludendo
 2013 Valérie PROT, Partner Jouet
 2013 Guillaume PRUVOST, Carrefour
 2013 Stéphanie SERRE, Casino



Le Jury élit les jeux et les jouets les plus innovants dans plusieurs catégories





Le Jury peut, faute de produits suffisamment performants, décider de ne pas décerner de prix dans une ou plusieurs catégories.
En revanche, il peut, s'il le souhaite, ajouter à cette liste des prix dans de nouvelles catégories.




2014


JOUET
de
l'année



Les lauréats des différentes catégories sont mis en compétition pour l'obtention du titre de « Jouet de l'année 2014 » et ainsi utiliser cette appellation unique


Un atout pour le marketing et la communication

-  Exploitation libre et gratuite le label “Grand Prix du Jouet” pour les lauréats
 -  Mention de la catégorie et du millésime sur leurs packagings, leurs annonces publicitaires, leurs catalogues, ...

-  Logo “Grand Prix du Jouet” fourni à l’ensemble de la distribution pour une publication dans les catalogues de fin d’année.
 -  Présence dans les catalogues des distributeurs
 -  Présence sur les points de vente

-  Référencement de l’ensemble des participants dans le numéro de juillet spécial “Grand Prix du Jouet” de la Revue du Jouet.

-  Visibilité en 2 temps
 -  Lors de l’événement auprès des professionnels de la distribution jeux et jouets, acheteurs et responsables des achats dans les circuits spécialistes, grands magasins et hypermarchés, et e-commerce.

 -  Dans « La Revue du Jouet » lors du compte-rendu de la remise de prix.

