

The logo consists of the letters 'H' and 'M' in a bold, dark red, sans-serif font. The 'H' and 'M' are connected at the top and bottom, with a slight curve in the middle of the 'M'. The logo is centered within a light green rectangular background.

HM

HAPPENING MARKETING 2026
AT THE HEART OF CREATIVITY
AU CŒUR DE LA CRÉATIVITÉ

CHARTRE 2026

Table des matières

1. Principes fondamentaux	4
2. Abréviations et définitions	5
3. Dispositions déclaratoires et interprétatives	6
4. Conseil du Happening Marketing	8
5. Participation au Happening Marketing	8
6. Volet académique	12
7. Volet Sport	30
8. Volet Social	34
9. Volet Participation	37
10. Volet professionnalisme	38
11. Volet contribution	40
12. Volet hors-compétition	41
13. Évaluation globale	45
Annexes	45
	61

1.Principes fondamentaux

1.1 ORIGINE

La première édition du Happening Marketing s'est déroulée en mars 1992, soit trois (3) ans après la première édition des Jeux du Commerce, ce qui en fait la deuxième compétition la plus ancienne du RÉFAEC.

1.2 RAISON D'ÊTRE

Le Happening Marketing vise à promouvoir les échanges entre les membres des différentes associations étudiantes des facultés d'administration des universités membres, le monde des affaires, ainsi qu'à permettre aux participant·e·s de rivaliser avec leurs pairs dans une ambiance de camaraderie et de saine compétition. La compétition du HM se spécialise dans le domaine du marketing afin d'offrir aux étudiant·e·s de ce domaine d'études une expérience se rapprochant de leur futur milieu professionnel.

1.3 ACTIVITÉS DU HAPPENING MARKETING

Le Happening Marketing est la compétition interuniversitaire en marketing la plus importante dans l'Est du Canada. Regroupant douze (12) universités reconnues, cette compétition réunit plus de cinq cent (500) étudiant·e·s de premier cycle passionné·e·s et motivé·e·s par le domaine du marketing.

Cette compétition, mandatée par le RÉFAEC, se déroule annuellement au mois de mars. Les participant·e·s sont impliqué·e·s dans l'un des cinq (5) volets présentés au HM : académique, social, sportif, participation et contribution.

2. Abréviations et définitions

ACCOMPAGNATEUR·TRICE INTERNE : Membre du comité de délégation ou toute autre personne impliquée dans la délégation ne participant pas au volet académique, sportif, social, participation ou contribution.

ACCOMPAGNATEUR·TRICE EXTERNE : Membre hors délégation étant sous la responsabilité du comité de délégation qui l'inscrit.

ASSOCIATION MEMBRE : Association étudiante membre du RÉFAEC.

BÉNÉVOLE CO : Bénévole étant sous la responsabilité du Comité organisateur. Cette personne ne fait pas partie d'une délégation. Le CO-HM a la responsabilité de ce·tte bénévole durant toute la durée de la compétition.

BÉNÉVOLE DE DÉLÉGATION : Bénévole accompagnant une délégation lors de l'événement. La délégation a la responsabilité de ce·tte bénévole durant toute la durée de la compétition.

COORDONATEUR·TRICE : Personne responsable de la délégation d'une université. Durant la compétition, elle est la personne-ressource pour rejoindre n'importe quel membre de sa délégation. Elle fait le lien avec le CO ainsi que sa délégation.

COMITÉ DE DÉLÉGATION : Comité formé dans chacune des universités afin de constituer les délégations qui participeront à la compétition.

CONSEIL DU HM : Conseil du Happening Marketing se rassemblant durant les congrès du RÉFAEC. Voir section 5 du document pour mieux comprendre ce Conseil.

CONSEIL DU RÉFAEC : Conseil du Regroupement des facultés d'administration de l'Est du Canada se rassemblant durant les congrès de ce dernier. Ce conseil est constitué des représentant·e·s désigné·e·s des associations membres et des exécutant·e·s du RÉFAEC.

CONSEIL D'ADMINISTRATION : Désigne l'instance de l'association composée des administrateur·trice·s du RÉFAEC.

HM : Happening Marketing.

MEMBRES VOTANT·E·S : Chaque université participante au HM a droit à un vote qui est exercé par le coordonnateur·trice ou un·e représentant·e de sa délégation, lors du Conseil du HM.

RÉFAEC : Regroupement des étudiant·e·s des facultés d'administration de l'Est du Canada. Le RÉFAEC est l'entité chapeautant le Happening Marketing. Il s'assure que les décisions prises par le Conseil du HM respectent l'intégrité et assurent la pérennité de l'événement.

3. Dispositions déclaratoires et interprétatives

3.1 NOM

Le nom de la compétition tel que protégé par marque de commerce est « Happening Marketing ».

3.2 SIGLE

Le sigle du Happening Marketing est HM.

3.3 LOGO OFFICIEL

Chaque comité organisateur doit choisir son propre logo. Son utilisation est réservée au comité organisateur de l'édition en cours. Une autre organisation, telle qu'un comité de délégation, peut toutefois en faire usage sur approbation par le CO-HM. Cette organisation doit s'assurer de respecter les consignes émises par le CO-HM sous réserve de se voir retirer cette autorisation d'utilisation. L'approbation du logo officiel du HM s'effectue lors de la nomination du CO-HM.

3.4 SITE WEB OFFICIEL

L'établissement d'un site web et d'un nom de domaine est à la discrétion du CO-HM.

3.5 CHARTE

La Charte des statuts et règlements du Happening Marketing est la codification des principes fondamentaux, des règles et des textes d'application adoptés par le Comité Organisateur du Happening Marketing et le Regroupement Étudiant des Facultés d'Administration de l'Est du Canada. Elle régit l'organisation et le fonctionnement du CO-HM et fixe les conditions de la tenue du Happening Marketing. La Charte prédomine dans le cas d'un malentendu ou d'une contradiction. Il s'agit d'un énoncé de principe. Toute modification ayant un caractère particulier à une édition donnée ne doit pas être consignée dans ce document.

3.5.1 BUT

Le but de la présente charte est de lister les caractéristiques de l'événement et les principes fondamentaux qui s'appliqueront nonobstant l'édition de la compétition. L'intention de ce document est d'assurer la pérennité de l'événement.

3.5.2 MODIFICATIONS

Toute modification, toute abrogation ou tout amendement à la Charte doit être présenté à une réunion du Conseil du HM et être adopté par une majorité absolue (50%+ 1) des votes, sauf si le point dans la charte donne une indication contraire.

Une fois votées, toutes modifications, abrogations ou amendements doivent être approuvés par le Conseil d'administration du RÉFAEC afin d'être effectifs. Si le CA refuse les changements proposés, ceux-ci seront considérés comme caducs. Si des modifications sont faites aux changements proposés par le Conseil HM à la suite d'un vote du Conseil d'administration, ces changements se doivent d'être approuvés par le Conseil HM avant d'être effectifs à la charte.

4. Conseil du Happening Marketing

4.1 COMPOSITION ET MEMBRES

Le Conseil du HM est composé d'un maximum de deux (2) représentant·e·s désigné·e·s de chacune des universités membres du RÉFAEC participant au HM ainsi que du Comité Organisateur du HM. Le ou la représentant·e doit obligatoirement répondre aux critères d'éligibilité présentés à la section « Participant·e » et/ou « Coordonnateur·trice ». Dans la situation où l'université participante est composée d'étudiant·e·s participant·e·s réparti·e·s sur deux (2) campus différents, il sera accepté qu'il y ait un (1) représentant·e désigné·e supplémentaire.

5. Participation au Happening Marketing

5.1 UNIVERSITÉS INVITÉES

Le CO-HM doit inviter toutes les universités membres du RÉFAEC participant au HM. Le Conseil du HM se réserve le droit d'ajouter des conditions d'admissibilité pour la participation de certaines d'entre elles de manière exceptionnelle, avec l'accord du Conseil du RÉFAEC.

À la suite de l'approbation par le Conseil du RÉFAEC, le CO-HM peut inviter une université non membre du RÉFAEC dans la mesure où celle-ci répond aux conditions imposées.

5.2 COMPOSITION DES DÉLÉGATIONS

- coordonnateur·trice (1)
- Volet Académique (25)
- Volet Sportif (8)
- Volet Social (4)
- Bénévoles de délégation (5)
- Accompagnateur·trices internes (4)

Chaque université officiellement invitée doit former une délégation d'un maximum de quarante et six (46) personnes étudiantes. Ce nombre ne peut en aucun cas être excédé. Il est permis à une délégation de désigner deux (2) coordonnateur·trice·s, peu importe sa structure. Dans ce cas, la délégation n'aura droit qu'à un maximum de trois (3) personnes internes. Le CO-HM fixe le nombre d'accompagnateur·trice·s externes permis par université chaque année. Cette décision est également communiquée au plus tard à la réunion du congrès d'automne.

5.3 ÉLIGIBILITÉ

5.3.1 PARTICIPANT.E.S

La personne participante doit être étudiante ou étudiant à un programme de premier cycle universitaire en administration, en gestion, en comptabilité ou en communication marketing. Dans le cas où le cours ou l'activité de son programme d'études ne ferait pas partie de la faculté encadrée par l'association étudiante représentant sa délégation d'appartenance auprès du RÉFAEC, la personne participante doit payer une cotisation auprès de cette association étudiante afin d'être considérée comme membre cotisant ou cotisante au RÉFAEC et ainsi être éligible.

La personne participante doit être inscrite à un minimum de six (6) crédits de son programme d'études à la session durant laquelle est tenu le HM. La personne étudiante inscrite au certificat peut se qualifier en tant que participante. La personne étudiante admise dans un programme de 2e cycle universitaire en administration, en gestion, en comptabilité ou en communication marketing à la session durant laquelle est tenu le Happening Marketing n'est pas admissible. Il est de la responsabilité du·de la coordonnateur·trice de fournir les informations nécessaires afin de prouver que le statut des membres de sa délégation est conforme.

Pour la légitimité des personnes participantes au Happening Marketing, l'attestation universitaire doit mentionner que la personne étudiante est inscrite au premier cycle universitaire et doit également spécifier que cette même personne étudiante n'est pas inscrite à un programme de cycles supérieurs. Une personne diplômée d'un programme de cycle supérieur dans le domaine de l'administration qui effectue un retour au premier cycle universitaire n'est pas admissible comme participante au Happening Marketing.

5.3.2 COORDONATEUR.TRICE

Le ou la coordonnateur·rice doit être en voie d'obtenir ou avoir obtenu un baccalauréat dans l'université de la délégation qu'il ou elle représente. Un·e coordonnateur·rice peut figurer sur la liste de remplacement de sa délégation s'il ou elle répond aux exigences d'éligibilité de la section « Participant·e ».

5.3.3 BÉNÉVOLE DE DÉLÉGATION

Un·e bénévole de délégation provient de l'université de la délégation qu'il·elle représente. Chaque délégation doit avoir un minimum de deux (2) bénévoles de délégation et un maximum de cinq (5) bénévoles de délégation. Un·e bénévole de délégation répondant aux critères d'éligibilité du·de la participant·e présentés à la section « Participant·e » et aux règlements relatifs à l'épreuve concernée peut figurer comme remplaçant·e.

5.3.4 ACCOMPAGNATEUR INTERNE

Un·e accompagnateur·rice interne est un·e membre du comité de délégation, ou toute autre personne impliquée dans une délégation, ne participant pas au volet académique, sportif ou social. Un·e accompagnateur·rice interne répondant aux critères d'éligibilité du participant présentés à la section « Participant·e » et aux règlements relatifs à l'épreuve concernée peut figurer comme remplaçant·e.

Les accompagnateur·rice·s internes autorisé·e·s par le CO-HM (nombre d'accompagnateur·rice·s permis) peuvent assister à l'ensemble des activités du HM. Les accompagnateur·rice·s internes peuvent être vêtu·e·s de vêtements universitaires.

5.3.5 ACCOMPAGNATEUR EXTERNE

Une personne accompagnatrice externe ne peut être comprise dans les membres de la délégation. Les personnes accompagnatrices externes peuvent assister aux compétitions académiques, sportives et sociales. Le CO-HM détermine chaque année les événements auxquels les personnes accompagnatrices externes pourront assister, ainsi que le nombre de personnes accompagnatrices externes autorisées. Des frais additionnels pourraient être requis pour leur présence lors de ces événements.

Toutefois, elles ne peuvent afficher les couleurs de leur université lors des activités qui font partie de l'évaluation de la participation.

5.4 ATTESTATION D'ÉLIGIBILITÉ

Chaque université doit témoigner de l'éligibilité des membres de sa délégation auprès du CO-HM. Pour ce faire, l'université doit remettre un document officialisant l'éligibilité des membres avec signature ou sceau de la personne en charge de l'administration, le nombre de crédits, le programme inscrit à la session d'hiver ayant lieu au HM ainsi que le nom de la personne contact clé auprès de l'administration. L'attestation d'études doit également mentionner que l'étudiant·e est inscrit·e à un programme de premier cycle universitaire et doit spécifier que ce·tte même étudiant·e n'est pas inscrit·e à un programme de cycle supérieur.

S'il est impossible d'obtenir le sceau de la personne en charge de l'administration, une université doit obtenir l'autorisation du CO-HM afin de présenter un document sans celui-ci. Le CO-HM se réserve le droit d'effectuer une vérification auprès de la personne en charge de l'administration

5.5 ADMISSIBILITÉ SUR LES SITES

Les espaces de présentation du volet académique sont accessibles aux participant·es seulement. Les estrades et les salles de présentation sont ouvertes au public en général. Advenant le cas où la capacité d'une salle ou d'un espace serait insuffisante, les critères suivants permettront d'en contrôler l'accès :

1. Partenaires du HM
2. Participant·es du HM
3. Professeurs des universités présentes
4. Public en général

Les lieux où les cérémonies se déroulent sont réservés aux membres de la délégation telles que désignées à la section « Délégation », aux accompagnateur·trice·s externes et aux intervenant·e·s invité·e·s par CO-HM. Toute personne souhaitant assister à une présentation du volet académique peut se voir refuser l'accès si elle est identifiée par une université.

5.6 REMPLAÇANTS

5.6.1 REMPLAÇANTS D'UNE DÉLÉGATION

Exceptionnellement, certaines situations survenant durant le HM peuvent entraîner qu'une personne participante ne puisse pas participer à l'épreuve à laquelle elle est inscrite. Afin d'éviter la disqualification de son équipe, une délégation peut prévoir le remplacement d'une ou de plusieurs personnes participantes, dans la mesure où les causes de leur incapacité sont justifiées à la section « Causes autorisées de remplacement ».

Un·e remplaçant·e est admissible s'il ou elle répond aux critères d'éligibilité de la personne participante présentés à la section « Participant·e » et aux règlements relatifs à l'épreuve concernée. Noter qu'un·e accompagnateur·trice répondant aux critères d'éligibilité de la personne participante présentés à la section « Participant·e » et aux règlements relatifs à l'épreuve concernée. Les remplacements sont possibles pour les épreuves sportives et sociales uniquement.

5.6.2 LISTE DE REMPLAÇANTS

Le comité de délégation doit remettre au CO-HM, au plus tard à la date limite de modification des inscriptions, la liste de ses remplaçant·es. Une délégation peut avoir, en remplacement officiel de son équipe sportive, deux (2) personnes remplaçantes, soit un (1) homme et une (1) femme.

Une délégation peut avoir, en remplacement officiel d'une équipe sociale un total de deux (2) personnes. Aucun remplacement n'est autorisé au volet académique durant la fin de semaine de compétition. C'est donc dire qu'un remplacement ne pourrait avoir lieu qu'avant le début de la compétition.

5.6.3 PROCÉDURES DE REMPLACEMENTS

Une délégation souhaitant effectuer le remplacement doit en faire la demande au CO-HM. Le CO HM accepte ou non le remplacement après l'évaluation de la situation par les exécutant·es du CO HM concernés. Un·e participant·e qui est remplacé·e par sa délégation ne pourra plus prendre part aux épreuves.

Il n'est pas possible d'effectuer un remplacement pendant le déroulement d'une épreuve. Le remplacement s'effectue uniquement avant le début d'une épreuve.

5.6.4 CAUSES AUTORISÉES DE REMPLACEMENTS

Les causes autorisées de remplacement d'un·e participant·e durant le HM sont les suivantes :

- Blessure jugée suffisamment grave par le CO-HM
- Circonstances hors du contrôle du·de la participant·e jugées suffisamment graves par le CO-HM

En aucun temps, une incapacité provoquée par un manque de jugement du·de la participant·e ne sera acceptée comme cause autorisée de remplacement.

5.7 FRAIS D'ARBITRAGE

Afin d'assurer les services d'arbitres tels que présentés à la section « Évaluateur·rice » pour la compétition sportive, toutes les universités versent un montant fixé par le CO-HM, à une date déterminée par celui-ci, à titre de frais d'arbitrage. La somme amassée sert exclusivement au paiement des frais liés à la présence d'arbitres tels que, s'il y a lieu, les salaires, les frais de déplacement, les frais d'hébergement, etc. Si la somme totale n'est pas entièrement utilisée par le CO-HM, elle devra être redistribuée également aux universités.

6. Volet académique

6.1 IMPORTANCE

Le volet académique est le fleuron du Happening Marketing, car il représente plus de 50% de la délégation de chaque université. C'est une opportunité et une visibilité intéressante pour les partenaires et il permet d'assurer la pérennité de la réputation ainsi que le niveau d'excellence

du Happening Marketing. Il représente soixante-quatre points (64) accordés dans l'évaluation globale d'une délégation. Chaque cas académique a une pondération de huit (8) points pour l'évaluation globale d'une délégation.

6.2 ÉPREUVES

6.2.1 DÉFINITION

Les cas académiques conventionnels du HM sont les suivants :

- Marketing Stratégique
- Marketing Expérientiel
- Marketing Numérique
- Marketing B2B
- Marketing International
- Marketing RH

Les cas non conventionnel du HM sont les suivantes :

- Appel d'offre d'agence
- Cas surprise

L'épreuve académique supplémentaire du HM est la suivante :

- Quiz

Des descriptions plus détaillées de ces cas académiques sont inscrites à l'Annexe C.

6.2.2 MODIFICATIONS À LA LISTE DES ÉPREUVES

Le retrait d'une épreuve, l'ajout d'une épreuve, la fusion de deux épreuves ou une révision majeure du contenu d'une épreuve constituent des modifications à la liste des épreuves. Une modification pour plus d'une année ou une modification permanente à la liste des épreuves académiques du HM doit être votée par le Conseil du HM sujet aux règles en vigueur présentées à la section « Modification à la Charte».

Toute modification à la liste des épreuves doit être adoptée au plus tard au congrès d'automne. Une modification à la liste des épreuves pourrait être mise en vigueur après cette date dans la mesure où le comité organisateur est en faveur de la modification et que celle-ci soit approuvée par les membres du Conseil du HM par un vote à majorité absolue. Advenant que le CO-HM concerné ne soit pas encore considéré comme le CO-HM, il obtient nécessairement un droit de parole pour ce point lors des réunions.

6.2.3 RÉDACTION DES CAS

Les cas sont rédigés par le personnel enseignant·e de l'université hôte, par une corporation, un ordre particulier, un·e partenaire d'affaires ou encore une personne ou une organisation apte à rédiger des cas académiques.

En tout temps, le CO-HM doit s'assurer de l'impartialité de la personne rédactrice, de la complète confidentialité dans laquelle le cas est rédigé et de l'originalité du cas (cas n'ayant jamais été utilisé dans le passé).

Afin de s'assurer du respect des différents critères, le CO-HM peut mettre sur pied un comité ou mandater une personne pour effectuer la révision des différents cas académiques.

6.2.3.1 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Les cas rédigés, pour chaque édition, appartiennent à part entière au CO-HM, indépendamment des rédacteurs ou rédactrices officiel·le·s de ceux-ci.

6.2.4 ÉTHIQUE ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Les participant·e·s aux épreuves académiques doivent signer le formulaire d'éthique et de propriété intellectuelle qui indique que chaque équipe renonce à la propriété intellectuelle de ses idées.

6.2.5 UTILISATION D'UN FICHIER GABARIT

Les délégué·e·s pourront remettre un gabarit vierge de présentation avant la compétition, selon les délais fournis par le CO-HM. Ce gabarit vierge fera l'objet d'une analyse par le CO-HM afin de s'assurer qu'aucun contenu prohibé n'y soit inclus. Le CO-HM sera responsable de remettre le gabarit à l'équipe lors de son arrivée en salle de résolution. Il n'est pas obligatoire pour une équipe d'envoyer un gabarit de présentation et aucune pénalité n'y sera attribuée.

6.3 PRINCIPES GÉNÉRAUX

6.3.1 FORMATION DES ÉQUIPES DE CAS ACADÉMIQUE CONVENTIONNEL ET DE L'ÉPREUVE QUIZ

Une équipe de résolution de cas académique conventionnel et de l'épreuve quiz est composée de trois (3) participant·e·s. Dans le cas où une université ne pourrait présenter trois (3) participant·e·s, elle est autorisée à faire la résolution avec une équipe réduite à deux (2) participant·e·s après en avoir informé le CO-HM. Une université ne peut participer à une épreuve académique si elle n'y présente qu'un·e (1) seul·e participant·e.

6.3.2 LANGUE DE L'ÉPREUVE QUIZ

Les questions seront disponibles en français et en anglais et seront divulguées dans les deux (2) langues aux participant·es. La personne animatrice du quiz lira les questions en alternance en anglais et en français, et ce, peu importe la langue de préférence des équipes.

6.3.3 ISOLATION

6.3.3.1 ISOLATION DES CAS ACADÉMIQUES CONVENTIONNELS ET DE L'ÉPREUVE QUIZ

Afin d'assurer qu'aucun·e participant·e ne bénéficie d'informations privilégiées avant de commencer sa période de résolution, les participant·e·s des cas académiques doivent se présenter en salle d'isolation au moment prévu par le CO-HM.

Toute équipe se présentant en retard à la salle d'isolation est disqualifiée et l'université concernée se voit attribuer la note de zéro (0) au classement général pour l'épreuve de l'équipe en question.

Aucun effet personnel n'est accepté dans la salle d'isolation, à l'exception du matériel autorisé par le CO-HM et d'une calculatrice scientifique (non programmable). Les portefeuilles, sacs à main, téléphones cellulaires, montres intelligentes, ordinateurs portables, clés USB, notes de cours, manuels, papeteries et autres matériels sont interdits lorsque l'équipe entre en isolation. La possession d'un ou plusieurs objets prohibés en salle d'isolation entraîne la disqualification automatique du ou de la participant·e fautif·ve. Le CO-HM ne se porte pas responsable des effets personnels confisqués.

Le CO-HM a la responsabilité d'empêcher toute communication des participant·e·s en isolation avec d'autres personnes durant cette période et se doit de contrôler les accès et les déplacements autour de la salle d'isolation.

6.3.3.2 ISOLATION DE L'ÉPREUVE APPEL D'OFFRE D'AGENCE

Les règles entourant l'isolation de cette épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il ou elle a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un document externe à la Charte et remises aux représentant·e·s de délégation au plus tard au congrès du RÉFAEC d'automne précédant l'édition de la compétition.

Puisque les présentations sont privées et non diffusées en temps réel en ligne, aucune isolation n'est nécessaire pour résoudre l'épreuve.

6.3.4 RÉOLUTION

6.3.4.1 RÉOLUTION DES CAS ACADÉMIQUES CONVENTIONNELS

Chaque équipe se verra attribuer une salle de résolution adéquate afin de préparer sa présentation. Une présentation est exigée lors de la présentation devant le jury. La période de résolution a une durée fixe de trois (3) heures.

Tout le matériel nécessaire à la résolution d'un cas sera fourni par le comité organisateur, à l'exception de l'ordinateur portable que la personne déléguée devra apporter elle-même. Ainsi, tout effet personnel est interdit pendant la résolution, à l'exception du matériel exigé par le comité organisateur. Aucun ordinateur de surplus ne sera prévu en cas d'exception ou de problèmes majeurs et aucun temps additionnel ne sera accordé à une équipe rencontrant un problème technique lors de sa résolution.

Le comité organisateur assure la confidentialité et la destruction des documents produits par les équipes durant leur résolution. Il veille également à conserver la vidéo de présentation, afin de la conserver dans les archives de la plateforme web du RÉFAEC.

Le comité organisateur s'assure qu'un.e bénévole se présente quinze (15) minutes avant la fin de la résolution pour effectuer une copie de la présentation.

6.3.4.1.1 UTILISATION D'INTERNET

Chaque équipe de tous les cas académiques, excluant le quiz et le cas de appel d'offre d'agence, ont accès à trois (3) ordinateurs, ces derniers étant fournis par les participant·e·s, avec connexion au réseau sans fil pendant la phase de résolution du cas. Les participant·e·s du cas Quiz ne sont autorisé·e·s, en aucun cas, à consulter internet.

Pour les participant·e·s du cas d'appel d'offre d'agence, chaque participant·e aura le droit à ses outils de travail personnels, mais devra se conformer à la même réglementation que les cas académiques conventionnels (pour plus de détails, consulter les différentes sections de la

charte). Cependant, les équipes auront accès à la suite Adobe ou Canva (au choix) pour utiliser des logiciels tels que Photoshop, Illustrator, etc.

En tout temps, cette mesure restreint les participants à utiliser leurs appareils portables ou tout autre appareil personnel pendant la résolution du cas. De plus, en aucun cas les participants n'auront l'autorisation de consulter toutes formes d'outils de communication afin de communiquer avec des invités externes à leur équipe préalablement inscrite. Il est entendu, par outil de communication, toute plateforme nécessitant la saisie d'un nom d'utilisateur, d'une adresse courriel et/ou mot de passe, pour y consulter le contenu. Ainsi, les seuls sites accessibles seront les sites publics. C'est-à-dire que tout site/page/base de données nécessitant un nom d'utilisateur et/ou un mot de passe sera strictement interdit. Les ordinateurs seront munis d'un logiciel espion destiné à assurer que les pages consultées par les participants respectent les conditions de ce présent énoncé.

À titre d'exemple, les actions suivantes sont prohibées durant la résolution d'un cas :

- Utiliser une boîte courriel
- Consulter Facebook, Instagram, Twitter, Messenger ou tout autre média social
- Consulter des sites ou applications de rencontre
- Netflix party
- Toutes autres plateformes où l'interaction avec le monde extérieur est possible.
- Consulter une base de données offerte par son université.

Également, il est interdit aux participant·e·s de consulter des sites Web créés par d'autres membres de la délégation en lien avec le volet académique de la compétition. De plus, la création et publication de contenu en lien avec le volet académique de la compétition est totalement interdite. Le CO se réserve le droit de juger s'il y a eu infraction à cette règle.

Les participants auront le droit de télécharger des documents provenant de sites internet publics (PDF, Excel, Word, etc.)

Le non-respect de ces règlements entraînera la disqualification complète de l'équipe, se voyant par le fait même attribuer la note de 0 pour la discipline en question. De plus, l'université se rattachant à l'équipe fautive se verra également retirer des points de professionnalisme (voir les grilles de professionnalisme) , en raison d'un manque flagrant d'éthique et d'intégrité.

6.3.4.1.2 UTILISATION DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

L'utilisation de l'intelligence artificielle est strictement interdite dans la résolution des cas, tant pour la génération de texte que d'images. Aucune application d'intelligence artificielle ne sera permise. Le non-respect de cette règle entraînera la disqualification complète de l'équipe ainsi que l'attribution d'une note de 0 pour la discipline concernée. Le CO-HM s'engage à présenter au Conseil du HM les balises précises entourant cette règle, afin de clarifier son interprétation et d'éviter toute ambiguïté quant à ce qui est permis ou non.

6.3.4.2 RÉOLUTION DE L'ÉPREUVE APPEL D'OFFRE D'AGENCE

Les règles entourant la résolution de cette épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un document externe à la Charte et remises aux représentant·e·s de délégation au plus tard au congrès du RÉFAEC d'automne précédant l'édition de la compétition.

6.3.4.3 RÉOLUTION DU CAS SURPRISE

Le cas sera remis environ deux (2) semaines avant le début de la compétition, donc la période de résolution est préalable au HM. Il n'y a aura pas de temps accordé durant la compétition. Les candidat·e·s attendent en isolation le moment venu de présenter. La présentation qui sera utilisée lors de la compétition doit être remise le mercredi soir (23h59) précédant le début de la compétition

6.3.5 PRÉSENTATION

6.3.5.1 PRÉSENTATION DES CAS ACADÉMIQUES CONVENTIONNELS ET DU CAS SURPRISE

Chaque équipe dispose de vingt (20) minutes afin de présenter son cas aux juges.

Le chronométrateur ou la chronométratrice présente une affiche lorsqu'il reste dix (10) minutes, cinq (5) minutes, deux (2) minutes et trente (30) secondes à la présentation. Lors des dix (10) dernières secondes, il ou elle indique, à l'aide de ses deux mains, le nombre de secondes restantes. Une équipe n'ayant pas terminé sa présentation après vingt (20) minutes sera interrompue par le chronométrateur ou la chronométratrice afin de passer à la période de questions.

Une période de questions d'une durée maximale de cinq (5) minutes est allouée au jury à la fin de la présentation.

6.3.5.2 PRÉSENTATION DE L'ÉPREUVE APPEL D'OFFRE D'AGENCE

Les règles entourant la présentation de cette épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un document externe à la Charte et remises aux représentant·e·s de délégation au plus tard au congrès du RÉFAEC d'automne précédant l'édition de la compétition.

6.3.5.3 RONDES ET POINTAGE DU QUIZ

Les règles et le pointage de cet épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un document externe à la Charte et remises aux représentant·e·s de délégation au plus tard au congrès du RÉFAEC d'automne précédant l'édition de la compétition.

6.3.6 RESPECT DU TEMPS ALLOUÉ

6.3.6.1 RESPECT DU TEMPS ALLOUÉ POUR LES CAS CONVENTIONNELS ET DU CAS SURPRISE

La présentation des participant·e·s est d'une durée minimale de dix-sept (17) minutes. Il y a une pénalité de deux (2) points pour une présentation entre seize (16) et dix-sept (17) minutes et une pénalité de trois (3) points pour une présentation entre quinze (15) et seize (16) minutes.

Une équipe dont la présentation est d'une durée de moins de quinze (15) minutes sera disqualifiée et obtiendra une note de zéro (0) au classement général pour son université dans cette épreuve.

Un pointage final égal à zéro (0) pour une équipe aux cas académiques mène également à disqualification immédiate de l'équipe et à une note de zéro (0) au classement général pour l'université dans cette épreuve.

6.3.6.2 RESPECT DU TEMPS ALLOUÉ POUR L'ÉPREUVE APPEL D'OFFRE D'AGENCE

Les règles entourant le respect du temps alloué de cette épreuve sont laissées à la discrétion du CO-HM pour l'édition dont il a la responsabilité. Les règles devront être détaillées dans un document externe à la Charte et remises aux représentant·e·s de délégation au plus tard au congrès du RÉFAEC d'automne précédant l'édition de la compétition.

6.3.7 GRILLE D'ÉVALUATION

La grille d'évaluation pour les cas académiques conventionnels et le cas surprise, qui est basée sur des critères suggérés, est un outil servant à appuyer les membres du jury dans leur réflexion et leur choix qui viendront constituer le classement final. Tous les participants recevront la même grille d'évaluation pour ce qui est de la présentation.

La grille d'évaluation des cas conventionnels et du cas surprise comprend quatre (4) volets :

- Résolution du cas : 60 %
- Présentation au jury : 30 %
- Période de questions : 5 %
- Développement durable : 5 %

Volet résolution (60 %)	
Structure et cohérence	20 %
Présence d'un fil conducteur	
Organisation et cohérence des idées	
Capacité de synthèse	
Qualité de la (les) recommandation(s) proposée(s)	40 %
Compréhension du mandat et de la problématique	
Réalisme et prise en compte du contexte et de l'environnement de l'entreprise	
Prise en considération de l'impact de variables collatérales dans la proposition et son implantation	
Les idées proposées engendrent des retombées positives	
L'équipe fait preuve d'originalité, d'innovation et sait bien justifier ses propositions	
L'équipe a répondu à l'ensemble des problématiques soulevées dans son mandat	

Développement durable (5 %)

Les recommandations répondent à la majorité des aspects du développement durable (social, économique, environnemental et/ou gouvernance)

La (les) recommandation(s) apporteront de la valeur à l'entreprise

Les recommandations sont pérennes d'un point de vue temporel et/ou financier

Volet présentation (30 %)

Qualité du support visuel

10 %

Le support visuel est exempt d'erreurs grammaticales, orthographiques et de syntaxe

Le support visuel est clair, concis et les éléments présentés sont pertinents à la présentation

Identification des sources

Qualité de la présentation

10 %

Synergie d'équipe

Aisance d'élocution (clarté, débit et ton de voix)

Professionalisme

Qualité du langage utilisé

Gestion du temps

10 %

Respect des délais

Participation équilibrée des membres de l'équipe dans les réponses aux questions

Période de questions (5 %)

Qualité des réponses offerts

Promptitude des réponses

Références aux solutions présentées

Respect du temps

Présentation

Perte de 2 points entre 16 et 17 minutes, perte de 3 points entre 15 et 16 minutes, disqualification si inférieure à 15 minutes.

Tour de parole

Tous les membres de l'équipe doivent prendre la parole pendant au moins 1 minute, perte de 10 points si ce n'est pas le cas.

La grille d'évaluation de la ronde 1 du cas appel d'offre d'agence comprend quatre (4) volets :

- Résolution du cas : 60 %
- Présentation devant le jury : 30 %
- Période de questions : 10 %
- Identité d'agence : 5 %

Volet résolution (60 %)	
Structure et cohérence	20 %
Présence d'un fil conducteur	
Organisation et cohérence des idées	
Capacité de synthèse	
Compréhension de l'industrie	30 %
Profondeur et qualité de la recherche avec identification de sources	
Richesse des propositions	
Proactivité face au mandat potentiel	
Originalité et professionnalisme	10 %
L'équipe fait preuve d'originalité, d'innovation et d'audace	
L'équipe respecte les balises professionnelles dans les recommandations proposées	

Identité d'agence (5 %)
La mission, la vision et les valeurs de l'agence sont clairement définies et bien communiquées
L'identité de l'agence est cohérente dans l'ensemble de la présentation (logo, couleurs, style)
L'agence se distingue par son concept, sa proposition de valeur et par son approche unique

Volet présentation (30 %)	
Qualité du support visuel	10 %
Le support visuel est exempt d'erreurs grammaticales, orthographiques et de syntaxe	
Le support visuel est clair, concis et les éléments présentés sont pertinents à la présentation	
Identification des sources	
Qualité de la présentation	10 %
Synergie d'équipe	
Aisance d'élocution (clarté, débit et ton de voix)	
Professionnalisme	
Qualité du langage utilisé	
Gestion du temps	10 %
Respect des délais	
Participation équilibrée des membres de l'équipe dans les réponses aux questions	

Période de questions (5 %)
Qualité des réponses offerts
Promptitude des réponses
Références aux solutions présentées

Respect du temps	
Présentation	Tour de parole
Perte de 2 points entre 16 et 17 minutes, perte de 3 points entre 15 et 16 minutes, disqualification si inférieure à 15 minutes.	Tous les membres de l'équipe doivent prendre la parole pendant au moins 1 minute, perte de 10 points si ce n'est pas le cas.

La grille d'évaluation de la ronde 2 du cas contrat comprend quatre (4) volets :

- Résolution du cas : 60 %
- Présentation devant le jury : 30 %
- Période de questions : 10 %
- Développement durable : 5 %

Volet résolution (60 %)	
Structure et cohérence	20 %
Présence d'un fil conducteur	
Organisation et cohérence des idées	
Capacité de synthèse	
Qualité de la (les) recommandation(s) proposée(s)	40 %
Compréhension du mandat et de la problématique	
Réalisme et prise en compte du contexte et de l'environnement de l'entreprise	
Prise en considération de l'impact de variables collatérales dans la proposition et son implantation	
Les idées proposées engendrent des retombées positives	
L'équipe fait preuve d'originalité, d'innovation et sait bien justifier ses propositions	
L'équipe a répondu à l'ensemble des problématiques soulevées dans son mandat	

Développement durable (5 %)
Les recommandations répondent à la majorité des aspects du développement durable (social, économique, environnemental et/ou gouvernance)
La (les) recommandation(s) apporteront de la valeur à l'entreprise
Les recommandations sont pérennes d'un point de vue temporel et/ou financier

Volet présentation (30 %)	
Qualité du support visuel	10 %
Le support visuel est exempt d'erreurs grammaticales, orthographiques et de syntaxe	
Le support visuel est clair, concis et les éléments présentés sont pertinents à la présentation	
Identification des sources	
Qualité de la présentation	10 %
Synergie d'équipe	
Aisance d'élocution (clarté, débit et ton de voix)	
Professionnalisme	
Qualité du langage utilisé	
Gestion du temps	10 %
Respect des délais	
Participation équilibrée des membres de l'équipe dans les réponses aux questions	

Période de questions (5 %)
Qualité des réponses offerts
Promptitude des réponses
Références aux solutions présentées

Respect du temps	
Présentation	Tour de parole
Perte de 2 points entre 21 et 22 minutes, perte de 3 points entre 20 et 21 minutes, disqualification si inférieure à 20 minutes.	Tous les membres de l'équipe doivent prendre la parole pendant au moins 1 minute, perte de 10 points si ce n'est pas le cas.

La grille d'évaluation de la ronde 3 du cas appel d'offre d'agence comprend quatre (4) volets :

- Résolution du cas : 45 %
- Présentation devant le jury : 30 %
- Aspects techniques : 20 %
- Période de questions: 5 %

Volet résolution (45 %)	
Structure et cohérence	20 %
Présence d'un fil conducteur	
Organisation et cohérence des idées	
Capacité de synthèse	
Qualité de la (les) recommandation(s) proposée(s)	25 %
Compréhension du mandat et de la problématique	
Réalisme et prise en compte du contexte et de l'environnement de l'entreprise	
Prise en considération de l'impact de variables collatérales dans la proposition et son implantation	
Les idées proposées engendrent des retombées positives	
L'équipe fait preuve d'originalité, d'innovation et sait bien justifier ses propositions	
L'équipe a répondu à l'ensemble des problématiques soulevées dans son mandat	

Aspects techniques (20 %)
Pertinence des indicateurs de performance adaptés à la réalité de l'entreprise et à la solution
Budget détaillé
Échéancier clair et réaliste

Volet présentation (30 %)	
Qualité du support visuel	10 %
Le support visuel est exempt d'erreurs grammaticales, orthographiques et de syntaxe	
Le support visuel est clair, concis et les éléments présentés sont pertinents à la présentation	
Identification des sources	
Qualité de la présentation	10 %
Synergie d'équipe	
Aisance d'élocution (clarté, débit et ton de voix)	
Professionnalisme	
Qualité du langage utilisé	
Gestion du temps	10 %
Respect des délais	
Participation équilibrée des membres de l'équipe dans les réponses aux questions	

Période de questions (5 %)
Qualité des réponses offerts
Promptitude des réponses
Références aux solutions présentées

Respect du temps	
Présentation	Tour de parole
Perte de 2 points entre 21 et 22 minutes, perte de 3 points entre 20 et 21 minutes, disqualification si inférieure à 20 minutes.	Tous les membres de l'équipe doivent prendre la parole pendant au moins 1 minute, perte de 10 points si ce n'est pas le cas.

6.4 ÉVALUATION

Dans le contexte actuel des affaires, chaque actrice ou acteur se doit d'être sensibilisé·e au rôle que doivent prendre l'éthique et le développement durable en entreprise. Ces deux volets sont partie intégrante de toute solution et de sa mise en application. Ils doivent respecter les compétences relationnelles et professionnelles d'une personne gestionnaire compétente et responsable. Un guide d'évaluation spécifique à chaque cas est rédigé par la personne responsable du cas concerné afin qu'il puisse être utilisé par les juges. Ce guide les aidera à identifier les éléments importants de résolution qui devraient être soulevés par les participant·e·s et servira à déterminer le pointage accordé. Il est à noter que les éléments non pondérés et énumérés dans la grille d'évaluation sont des éléments qui seront pris en compte par le jury, selon le contexte de la problématique. Ces éléments sont des lignes directrices afin d'aider le jury dans son évaluation. Le jury sera invité à poser au moins une question pour chaque équipe. En l'absence de question, tous les points seront accordés pour la période de questions. Tous les membres de l'équipe doivent prendre la parole au cours de la présentation. Si au cours d'une présentation, une personne membre de l'équipe ne prend pas la parole durant au moins une minute, l'équipe se verra pénalisée de dix points sur sa note finale (10 %).

Un pointage final égal à zéro pour une équipe académique mène à une disqualification immédiate de celle-ci et à une note de zéro au classement général pour l'université dans cette épreuve.

6.4.1 ÉVALUATEUR·TRICE·S

Il est recommandé au CO-HM d'offrir la possibilité à ses partenaires d'affaires de siéger en tant que juges lors des différentes épreuves académiques au programme du HM. Idéalement, la personne rédactrice du cas doit faire partie du jury, afin de clarifier les subtilités cachées dans les questions du cas qu'elle a soumis. Dans la mesure du possible, à moins d'un cas de force majeure, le nombre de juges doit être compris entre trois (3) et sept (7), en privilégiant un panel impair pour éviter les situations d'égalité. Il est fortement suggéré que l'ensemble des membres du jury soit bilingue. Un·e évaluateur·trice ne peut être un·e ancien·ne participant·e des deux (2) éditions précédentes du HM au sein d'une délégation. Le·la partenaire d'affaires aura préséance sur cette règle.

6.5 UNE ÉQUIPE ACADÉMIQUE DEUX (2) ÉPREUVES

Afin de permettre à chaque délégation d'accumuler un maximum de points lors de la compétition, il est autorisé pour une équipe ou une personne participante (à raison d'une personne participante par délégation par édition du HM) de prendre part à deux (2) cas académiques distincts.

L'université qui souhaitera opter pour l'une de ces solutions devra en informer le Conseil du HM, au plus tard, lors du congrès d'hiver. Cette option est une solution de dernier recours et aucune modification à l'horaire établi ne sera apportée pour accommoder l'université concernée. L'université dont une même équipe réalise deux (2) cas académiques s'avérant en conflit d'horaire et qui devient capable de former une nouvelle équipe devra en informer le CO-HM. Ce dernier doit autoriser ce changement avant que l'université procède à son inscription, dans la mesure de ses capacités.

6.6 APPEL D'UNE DÉCISION

L'évaluation du jury d'une épreuve académique ne peut être remise en question, et les résultats qui en découlent sont sans appel. Toutefois, le non-respect d'une ou de plusieurs sections de la Charte du HM, le non-respect des règlements spécifiques à une épreuve, les procédures utilisées ou les cas d'injustices flagrantes peuvent faire l'objet d'un appel tel que le décrit la section « Procédures d'appel ». Le CO-HM assure l'enregistrement vidéo des présentations des cas académiques et conserve une copie de ces enregistrements au cas où un jugement devrait être posé. Le CO-HM n'est toutefois pas responsable de la perte ou du non-enregistrement des vidéos liées à l'erreur humaine des personnes responsables de l'enregistrement des vidéos.

6.7 PROCÉDURES EN CAS D'ÉGALITÉ

Dans la mesure du possible, le CO-HM s'assurera qu'il n'y ait pas de cas d'égalité dans les cas académiques en invitant les juges à départager les équipes. Cependant, en cas d'égalité entre deux ou plusieurs universités dans une épreuve académique, chacune des équipes se verra attribuer la totalité des points de la position pour laquelle il y a égalité.

7. Volet Sport

7.1 IMPORTANCE

Le volet sportif revêt une importance particulière puisqu'il encourage l'équilibre entre un corps sain et un esprit sain. Le volet sportif inclut une (1) activité. Il représente huit (8) points de l'évaluation globale d'une délégation.

7.2 ÉPREUVE

7.2.1 CHOIX DE L'ÉPREUVE

Le sport choisi doit être un sport non conventionnel qui se joue en équipe et de façon sécuritaire. Un service de premiers soins est disponible sur le lieu de l'activité.

Par souci d'équité, il est suggéré de choisir une activité qui n'avantage pas certaines délégations par rapport à d'autres. Le dévoilement du sport doit se faire au plus tard lors du congrès d'hiver lorsque chacune des délégations aura remis leur fichier complet des membres de leur équipe sportive.

7.3 ÉVALUATION

7.3.1 ÉVALUATION

Les résultats des équipes sportives s'évaluent en fonction des règlements des sports présentés par le CO-HM.

7.3.2 ÉVALUATEUR.TRICE.S

Il est obligatoire d'avoir des arbitres sur place pour arbitrer les matchs, que ce soit un sport habituellement auto arbitré ou non. Ils ont été formés par le CO-HM sur le fonctionnement et les règlements propres au HM. Il est souhaitable de les rémunérer afin de les encourager à assurer une prestation de qualité. Le CO-HM coordonne et contrôle le travail des évaluateur.trice.s des épreuves sportives.

7.4 DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE

7.4.1 TOURNOI DE CLASSEMENT

Il est obligatoire d'avoir des arbitres sur place pour arbitrer les matchs, qu'il s'agisse d'un sport habituellement auto-arbitré ou non. Les arbitres ont été formé·e·s par le CO-HM sur le fonctionnement et les règlements propres au HM. Il est souhaitable de les rémunérer afin de les encourager à assurer une prestation de qualité. Le CO-HM coordonne et contrôle le travail des évaluateur·rice·s des épreuves sportives.

Un tournoi de classement peut avoir lieu, celui-ci permet de prédéterminer les rondes préliminaires. Pour ce faire, les universités souhaitant se présenter doivent envoyer au plus tard, quatorze (14) jours avant la date préétablie par le CO et les coordonnateur·rice·s, leur dossier de candidature au président ou à la présidente du CO HM avec les informations suivantes :

- Une lettre officialisant le dépôt de candidature (un exemple se trouve à la Charte du RÉFAEC)
- Une lettre d'endossement de l'association membre du RÉFAEC, incluant le procès-verbal confirmant la validité de l'appui
- Toutes autres lettres d'appui pertinentes à la candidature, incluant les procès-verbaux confirmant la validité de l'appui
- Présentation des lieux (zone sport intérieure ou extérieure, zone sociale, espace repas, espace entreposage matériel)
- Logistique de l'accueil des participants, des repas et des bénévoles pour la journée
- Proposition pour l'activité de fin de journée
- Innovation amenée au tournoi.
- Le budget prévisionnel du projet.

Le comité de délégation hôte du tournoi de classement est responsable de la logistique de cet événement. Le CO-HM est responsable des évaluations des volets présentés au tournoi de classement. Le CO-HM assume également un rôle au niveau de la compétition du tournoi afin de s'assurer du bon fonctionnement de l'événement et du respect des règlements sportifs. Le tournoi de classement doit être établi de la même façon que les sports au HM. Les procédures à la charte doivent être respectées. Lors de la date d'élection pré-établie, le conseil du HM votera pour accepter ou non la ou les candidatures. Le vote s'effectuera selon les mêmes principes que la procédure de mise en nomination d'un comité organisateur (CO) présentée dans la Charte du RÉFAEC. Si le tournoi de classement n'a pas lieu pour une année déterminée, le CO-HM a la responsabilité de déterminer le classement du groupe en effectuant un tirage pour former deux sous-groupes.

7.4.2 QUALIFICATIONS

L'épreuve sportive se déroule en fonction du sport choisi et de l'interprétation qu'en fait le CO HM.

7.4.3 RÈGLEMENT DU SPORT

L'épreuve sportive doit bénéficier de règlements clairs et expliqués dans un guide des règlements remis au plus tard au congrès d'hiver aux coordinatrices et coordinateurs de délégation. Si des modifications doivent être apportées pour ajuster le sport, la date limite est d'une (1) semaine après la tenue du tournoi sportif ou d'un minimum de dix (10) jours avant la tenue du HM.

Afin d'éviter toute interprétation des règlements, le CO-HM a la responsabilité de fournir des règlements clairs et précis, particulièrement en ce qui concerne l'équipement autorisé.

7.4.4 PROCÉDURES EN CAS D'ÉGALITÉ

En cas d'égalité entre deux ou plusieurs équipes lors de l'épreuve sportive au moment d'établir un classement, les équipes seront départagées en fonction des critères suivants :

1. Le nombre de victoires
2. Le différentiel des buts marqués et alloués
3. Le plus de buts marqués
4. Le moins de buts alloués
5. Le résultat du match entre les deux équipes à égalité (si disponible)
6. Tirage au sort

En cas d'égalité entre deux équipes lors d'un match de finale (finale et consolation), une période de prolongation, telle que définie dans les règlements du sport concerné, aura lieu. Si ces règlements ne font pas état d'une procédure pour bris d'égalité, une période de prolongation de cinq (5) minutes aura lieu où le premier point marqué mettra fin à la partie et désignera l'équipe gagnante. Si aucun point n'est marqué durant cette période, des périodes de prolongation supplémentaires auront lieu jusqu'à la désignation d'une équipe gagnante.

7.4.5 LANGUE

Les langues utilisées lors des compétitions sportives sont le français et l'anglais. Les comités de délégation ont la responsabilité de désigner un capitaine d'équipe apte à comprendre ces deux langues et à s'exprimer dans une de ces langues.

7.5 FORMATION DES ÉQUIPES

7.5.1 COMPOSITION DE L'ÉQUIPE

Une équipe sportive est composée de huit (8) participants dans laquelle les membres de sexe féminin composent au moins 50% de l'équipe finale. La composition finale des équipes doit être remise à la date du livrable et ne peut être modifiée par la suite.

7.5.2 CAPITAINE

Chaque équipe doit élire une ou un capitaine qui devra s'identifier auprès de l'arbitre et de la ou du capitaine adverse au début de chaque partie. En plus du ou de la coordonnateur·rice de la délégation, la ou le capitaine est la seule personne membre de l'équipe à pouvoir représenter son équipe auprès des arbitres ou des instances concernées en cas de litige. Il ou elle est aussi le représentant ou la représentante désigné·e dans chaque situation où une décision doit être prise d'un côté comme de l'autre.

7.5.3 APPEL D'UNE DÉCISION

Les décisions basées sur le jugement d'un arbitre à l'épreuve sportive ne peuvent être remises en question et les résultats qui en découlent sont sans appel.

Toutefois, le non-respect d'une ou de plusieurs sections de la Charte du HM, le non-respect des règlements spécifiques à l'épreuve, les procédures utilisées, la discipline des participants, la possibilité de tricherie ou les cas d'injustice flagrants peuvent faire l'objet d'un appel tel que le décrit la section « Procédures d'appel ».

8. Volet Social

8.1. IMPORTANCE

Le volet social comportera des activités variées qui mettront en valeur l'esprit créatif et artistique des participants, les poussant à sortir de leurs zones de confort et innover. Ces activités se déroulent dans un esprit d'entraide et d'encouragement entre les participants et différentes délégations. Ce volet représente huit (8) points de l'évaluation globale d'une délégation.

8.2. ÉPREUVES

Une activité intégrale et thématique devra être au programme du volet social. Ce choix est laissé à la discrétion du CO-HM. Certaines épreuves de ce volet devront cependant demeurer secrètes jusqu'au début de l'activité. Le CO-HM doit obligatoirement présenter la vision du volet social lors du congrès d'hiver.

8.3. ÉVALUATION

8.3.1. Grille d'évaluation

Le CO-HM présente la grille d'évaluation du volet social aux coordonnatrices et coordonnateurs de délégation au maximum au congrès d'hiver. Cette grille doit détailler chacun·e des critères à évaluer pour le volet social ainsi que démontrer le pourcentage de points attribué à chacun·e de ces critères. Suite à l'adoption de cette grille, aucune modification ne pourra être apportée

8.3.2. Évaluateurs

Le volet social est évalué par la ou le vice-président·e social·e du CO-HM. Cette personne peut choisir de s'adjoindre les services de son équipe. Dans la mesure du possible, sauf en cas de force majeure, le nombre de juges est d'au moins trois (3) et d'au plus sept (7), et un panel en nombre impair est priorisé afin d'éviter les situations d'égalité.

8.4. DÉROULEMENT DES ÉPREUVES

8.4.1. Nature des épreuves

Il est nécessaire de sélectionner des activités qui respectent la raison d'être du HM. Les activités incluant des boissons alcoolisées, du tabac, des substances, ou pouvant porter atteinte à la dignité des participant·e·s sont interdites. Toute épreuve faisant appel à la nudité, à la sexualité ou à une consommation excessive ne sera pas tolérée. Les épreuves feront appel à l'intelligence et à la rigueur créative des participant·e·s ; par conséquent, tout artifice jugé inapproprié au bon goût sera proscrit.

Une épreuve jugée de mauvais goût par des participant·e·s pourrait faire l'objet d'un appel auprès des membres du Conseil du HM durant l'événement. Le Conseil déterminera alors la pertinence d'intégrer les résultats de cette épreuve au classement final.

8.4.2. Langue

La participation aux épreuves du volet social peut se faire en langue française et/ou anglaise sans risque de discrimination envers les participant·e·s. Les consignes des différentes épreuves sont transmises en français et en anglais.

Toutefois, considérant la particularité du volet social, il est possible que les interactions ne puissent être tenues de manière complètement bilingue. Une telle situation ne peut pas faire l'objet d'un appel.

8.5 FORMATION DES ÉQUIPES

Une équipe sociale est formée de quatre (4) participant·e·s maximum. Une université qui ne peut pas présenter une équipe complète pourra participer à la compétition avec une équipe de moins de quatre (4) participant·e·s avec l'accord du CO-HM

8.6 APPEL D'UNE DÉCISION

Une équipe sociale est formée de quatre participant·e·s maximum. Une équipe ne pouvant présenter une équipe complète pourra participer à la compétition avec une équipe de moins de quatre participant·e·s avec l'accord du CO-HM.

L'évaluation du jury d'une épreuve sociale ne peut être remise en question et les résultats qui en découlent sont sans appel. Toutefois, le non-respect d'une ou de plusieurs sections de la Charte du HM, des procédures utilisées, de la discipline des participant·e·s, de la possibilité de tricherie ou les cas d'injustice flagrants peuvent faire l'objet d'un appel tel que décrit dans la section « Procédures d'appel »

9. Volet Participation

9.1. IMPORTANCE

Un total de huit (8) points sera accordé aux universités pour leur participation générale à la réussite du HM.

9.2. DÉFINITION

Le volet participation s'évalue avant et pendant la compétition. Il prend en compte la participation des délégués aux activités avant et pendant la compétition, en plus d'évaluer la créativité des délégués lors de diverses épreuves

9.3. ÉVALUATION

9.3.1. Grille d'évaluation

La grille d'évaluation du volet participation est créée par le CO-HM et est remise aux coordonnateur·rice·s au maximum au congrès d'automne. Cette grille doit détailler chacune des critères à évaluer pour le volet participation ainsi que démontrer le pourcentage de points attribué à chacun·e de ces critères. Suite à l'adoption de cette grille, aucune modification ne pourra être apportée.

9.3.2. Évaluateur·trice·s

Le CO-HM met sur pied le groupe d'évaluatrices et d'évaluateurs et en est responsable. Il en détermine le nombre selon ses besoins. Ce groupe est composé comme suit :

- Membres exécutant·es du CO-HM
- Directrices et directeurs
- Responsables des hôtels
- Agents de sécurité travaillant sur les différents sites
- Arbitres
- Juges du volet participation

9.3.3. Document à remettre

Chaque comité de délégation devra faire parvenir au CO-HM, avant la date fixée par celui-ci, un document d'une page expliquant en quoi il apportera un apport à la compétition en lien avec la participation.

10. Volet professionnalisme

10.1 IMPORTANCE

Un total de quatre (4) points sera accordé aux universités pour leur professionnalisme lors de la compétition.

10.2 DÉFINITION

Le volet professionnalisme se définit par un environnement professionnel et de respect dans toutes les sphères de la compétition autant en personne qu'à travers les réseaux sociaux. Il a également pour objectif de promouvoir le côté professionnalisme de la compétition et de démontrer la valeur de l'honnêteté, de l'intégrité et du respect.

10.3 ÉVALUATION

10.3.1 GRILLE D'ÉVALUATION

La grille d'évaluation du volet professionnalisme est créée par le CO-HM et est remise aux coordonnateurs au maximum au congrès d'automne. Cette grille doit détailler chacun des critères à être évalués pour le volet professionnalisme ainsi que démontrer le pourcentage de points attribué à chacun de ces critères. Suite à l'adoption de cette grille, aucune modification ne pourra être apportée.

10.3.2 ÉVALUATEURS

Le CO-HM met sur pied le groupe d'évaluateurs et il en est responsable. Il en détermine le nombre selon ses besoins. Ce groupe est composé comme suit :

- Exécutants du CO-HM
- Directeurs
- Responsables des hôtels
- Agents de sécurité œuvrant sur les divers sites
- Arbitres
- Juges du volet participation

10.3.3 DISTINCTION PROFESSIONNALISME ACADÉMIQUES ET GÉNÉRAL

Le résultat de professionnalisme de chaque cas académique n'influence pas le volet professionnalisme de l'ensemble de la délégation. Toutefois, si une équipe se voit être disqualifiée par cause de tricherie ou non-respect des règlements entourant un cas académique, des points de professionnalisme généraux seront également retirés, en plus des mesures de disqualifications déjà en place.

11. Volet contribution

11.1 IMPORTANCE

Afin de véhiculer une image positive du HM, le CO-HM récompense la délégation qui, avant le HM, s'est le mieux impliquée dans sa collectivité. Bien qu'il ne nécessite aucune inscription, ce volet représente sept (8) points de l'évaluation globale.

11.2 DÉFINITION

Le volet contribution implique que les délégations mettent sur pied une ou plusieurs activités au sein de leur communauté, en lien avec les valeurs du HM et en collaboration avec un organisme ou une fondation à but non lucratif choisi·e par le CO-HM, afin de mettre en valeur le HM.

11.3 ÉVALUATION

11.3.1 GRILLE D'ÉVALUATION

La grille d'évaluation du volet contribution est créée par le CO-HM et est remise aux coordonnateurs au maximum au congrès d'automne. Cette grille doit détailler chacun des critères à être évalués pour le volet contribution ainsi que démontrer le pourcentage de points attribué à chacun de ces critères. Suite à l'adoption de cette grille, aucune modification ne pourra être apportée.

11.3.2 ÉVALUATEUR·TRICE·S

L'évaluation de la contribution des délégations est effectuée par le CO-HM. Des membres du jury peuvent également être sélectionné·e·s de manière facultative, parmi les personnes faisant partie de l'organisme ou de la fondation associée.

11.3.3 MISE EN CANDIDATURE

Chaque comité de délégation devra faire parvenir au CO-HM, avant la date fixée par celui-ci, un document expliquant son volet contribution. Ce document devra présenter le détail de chaque activité et le nombre de personnes de la délégation impliquées dans l'activité. De plus, il sera laissé à la discrétion de chaque comité de délégation d'envoyer au CO-HM toute autre forme de document présentant leur projet communautaire (vidéo, dossier de presse ou autres).

12. Volet hors-compétition

12.1 IMPORTANCE

Le volet hors compétition, bien qu'il ne fasse pas partie de l'évaluation globale des compétitions, est essentiel à l'ambiance du HM. En effet, ce volet reconnaît l'implication et les efforts constants de différentes personnes liées au HM. Il permet de remercier chacune d'entre elles de leur engagement à faire du HM l'événement qu'il est devenu.

13.2 COMITÉ DE L'ANNÉE

13.2.1 Définition

Respect des échéanciers – 25%	
Inscriptions des participants	
Paiements	
Dépôt de sécurité	
Remise de tout autre livrable	
Contribution lors des réunions du Conseil HM – 10%	
Présence aux réunions	
Ponctualité	
Pertinence des observations	
Respect des procédures de réunions	
Tenue appropriée	
Attitude et collaboration avec le CO-HM, Qualité et rapidité des communications – 10%	
Attitude générale	
Constance dans les représentants	
Communication : La bonne personne	
Comité de délégation – 45%	
Travail auprès de la délégation	15%
Recrutement, coaching, pratiques, etc.	

Travail auprès de la communauté	15%
Visibilité externe : étudiants, professeurs, milieu des affaires, etc.	
Propagation de l'ambiance HM	15%
Motivation de la délégation (activité de rapprochement, etc.)	
Interactions avec les autres délégations	
Amélioration et progression du comité – 10%	
Nouveautés dans la préparation	
Améliorations et évolution dans les méthodes de gestion	

Le prix Comité de l'année a pour objectif de reconnaître l'excellence du travail d'un comité de délégation qui s'est distingué au cours de l'année, tant auprès du CO-HM qu'auprès de sa délégation et de son université.

12.2.2 ÉVALUATION

12.2.2.1 GRILLE D'ÉVALUATION

Le CO-HM doit prendre en considération la réalité propre aux différentes universités dans son évaluation.

13.2.2.2 ÉVALUATEUR.TRICE.S

La nomination du comité de l'année revient au CO-HM.

12.3 COORDONNATEUR DE L'ANNÉE

12.3.1 DÉFINITION

Une personne s'étant démarquée par son travail structuré et son implication auprès du CO-HM mais aussi auprès de l'ensemble des coordonnateurs des autres universités. Cette personne dégage une énergie positive propice à la collaboration et il se conforme à l'ensemble des exigences qui lui sont présentées tant au niveau des livrables qu'au niveau du comportement à adopter tout au long de l'année. Elle se démarque grâce à plusieurs actions posées qui permettent d'améliorer la compétition et l'ambiance entre les principaux intervenants. En instaurant un climat de confiance où le partage de connaissance et l'entraide sont à l'honneur, chaque membre du conseil HM aura sa tribune pour faire valoir son opinion. C'est pourquoi, en plus du comité organisateur, les coordonnateurs pourront, eux aussi, nommer le collègue qui, selon eux, s'est le plus démarqué durant l'année.

12.3.2 ÉVALUATION

12.3.2.1 GRILLE D'ÉVALUATION

Le CO-HM doit prendre en considération la réalité propre aux différentes universités dans son évaluation. Valeurs sur lesquelles sont basées l'évaluation :

- Entraide : tirer avantage des méthodes de discussion publiques et privées sur la plateforme Slack
- Coopération entre les universités : favoriser les échanges, voir au-delà de la compétition et des podiums, créer des liens de camaraderie
- Efficacité : limiter les propos ne faisant pas avancer les points de discussion durant les tables du conseil HM et lors des échanges sur les différentes plateformes de communication.
- Amélioration continue : propositions de nouvelles façons de faire dans le but de régler certains enjeux de la compétition

Travail structuré – 30%
Dans la remise des différents livrables
Dans les échanges via la plateforme Slack
Communication à la bonne personne
Implication – 40%
Auprès de sa délégation
Auprès des autres coordonnateurs
Auprès du CO
Auprès de la communauté
Attitude et collaboration – 20%
Collaboration entre les différentes parties prenantes
Attitude générale lors des réunions du Conseil HM
Motivation de sa délégation
Apport à la compétition – 10%
Propagation de l’ambiance HM
Interventions pertinentes lors des réunions du Conseil HM
Propositions de nouveautés/améliorations

12.3.2.2 Évaluateurs

La nomination du comité de l’année revient au CO-HM tout en prenant compte du choix de nomination de chaque coordonnateur.

13. Évaluation globale

L'évaluation globale de chacune des délégations se calcule à partir de la somme des points obtenus lors des différentes épreuves. Chaque équipe reçoit un pointage accordé en fonction de sa position au classement de son activité. Ce pointage est pondéré en fonction de la valeur en pourcentage de l'activité. La somme de ces pondérations représente le résultat global d'une délégation.

Annexes

A. UNIVERSITÉS HÔTES DU HM

2002 : Université de Sherbrooke
2003 : Université McGill
2004 : Université du Québec à Chicoutimi
2005 : Université du Québec en Outaouais
2007 : John Molson School of Business
2008 : Université Laval
2009 : HEC Montréal
2010 : Université de Sherbrooke
2011 : John Molson School of Business
2013 : HEC Montréal
2014 : Université Laval
2015 : Université du Québec à Trois-Rivières
2016 : Université du Québec à Rimouski – Campus Lévis
2018 : HEC Montréal
2019 : École de Gestion de l'Université de Sherbrooke
2021 : École de Gestion de l'Université du Québec à Trois-Rivières
2022 : École de Gestion de l'Université de Sherbrooke
2023: Université Laval
2024: HEC Montréal
2025 : ESG-UQAM
2026 : Université d'Ottawa - École de gestion Telfer

B. LOGOS OFFICIEL DU HM

Happening Marketing 2014



Happening Marketing 2015



Happening Marketing 2016



Happening Marketing 2018



Happening Marketing 2019



HAPPENING MARKETING 2019
Université de Sherbrooke

Happening Marketing 2021



Happening Marketing 2022



UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

Happening Marketing 2023



Happening Marketing 2024



Happening Marketing 2025



Happening Marketing 2026



HAPPENING MARKETING 2026
AT THE HEART OF CREATIVITY
AU CŒUR DE LA CRÉATIVITÉ

C.

D. DESCRIPTION DES ÉPREUVES ACADÉMIQUES

a. CAS CONVENTIONNEL

MARKETING STRATÉGIQUE

Cherchant à fixer des objectifs concrets et à prendre les meilleures décisions, le marketing stratégique consiste en une analyse et une étude approfondie de l'environnement d'une entreprise. Les résultats obtenus serviront principalement à mettre en œuvre les forces de l'entreprise, à faire face plus rapidement aux changements, à saisir les tendances de la population ciblée ainsi qu'à augmenter la rentabilité à long terme. Représentant généralement un engagement considérable pour une entreprise, ce cas permettra de bâtir une vision à long terme tout en établissant des objectifs à court terme ainsi que des tactiques nécessaires pour y arriver

MARKETING EXPÉRIENTIEL

Ayant une orientation promotionnelle ou publicitaire, le marketing expérientiel a pour but d'engager le consommateur dans une relation unique avec la marque. Défini comme une forme moderne de communication, l'expérientiel cherche à stimuler les émotions et les réactions de son audience. Avec l'originalité au cœur de sa stratégie, ce cas permettra d'instaurer ou de bonifier la notoriété et la relation client en créant ainsi une valeur ajoutée au produit ou au service.

MARKETING NUMÉRIQUE

Actuellement présent dans la majorité des offensives marketing, le numérique est un atout indispensable pour toute entreprise désirant tailler sa place dans un marché plus compétitif que jamais. Représentant la relève et l'innovation dans ce domaine, il est primordial d'incorporer cet aspect au Happening Marketing. Ce cas permettra d'aborder la présence grandissante des entreprises sur le plan numérique. En ce sens, cette épreuve portera sur divers aspects tels que l'Internet, les applications cellulaire ou tablettes, le référencement ainsi que sur la conversion des consommateurs. De plus, les informations digitales seront au cœur de la stratégie numérique.

MARKETING B2B

Le marketing en milieu d'affaires, connu sous le nom de business to business, est un défi constant pour les entreprises qui doivent entretenir des relations avec leurs partenaires, leurs concurrents, leurs clients, et bien d'autres parties prenantes. Complexe à quantifier, mais sans aucun doute un des plus importants, le commerce interentreprises consiste principalement à établir une relation positive et durable avec ses divers partenariats. Ce cas portera sur l'ensemble des activités permettant la création ou le renforcement de ces liens professionnels.

MARKETING INTERNATIONAL

Le marketing international cherche à faire l'analyse des contraintes auxquelles une entreprise peut faire face en contexte d'internationalisation. Prenant en compte les différences opérationnelles globales, les similitudes ainsi que les opportunités afin d'atteindre des objectifs globaux. Ce cas permet de comprendre et de mettre en œuvre les avantages et les défis liés à l'expansion dans différents marchés à l'étranger en plus d'offrir des stratégies marketing qui influencent les décisions d'internationalisation.

MARKETING RH

Le cas de marketing RH axé sur la marque employeur est un scénario stratégique conçu pour évaluer la capacité des participants à mobiliser les outils et principes du marketing afin de relever les défis liés à l'attractivité et à la rétention des talents. Ce type de cas invite les participants à développer des stratégies créatives et ciblées pour bâtir, renforcer et faire rayonner la marque employeur d'une organisation.

b. CAS NON CONVENTIONNEL

APPEL D'OFFRE D'AGENCE

Le cas appel d'offre d'agence favorise une expérience telle vécue en agence marketing. Il s'agit de développer une campagne marketing en équipe de quatre et de la vendre au jury en une journée composée de trois rondes. L'équipe présentera son agence avec sa mission, sa vision, ses objectifs, etc.

afin de gagner l'appel d'offres. La réflexion stratégique, la création publicitaire, ainsi que l'achat et le placement média seront au rendez-vous. Avant le Happening Marketing, les équipes devront créer une identité visuelle pour leur agence (logo et image de marque).

CAS SURPRISE

Le cas surprise se définit par la créativité et peut être composé par toutes les sphères du marketing. Ne sachant pas à quelle sphère du marketing le cas sera consacré, l'équipe doit être diversifiée afin d'avoir un éventail large de connaissances en marketing. Le cas est résolu avant la compétition.

c. ÉPREUVE ACADÉMIQUE SUPPLÉMENTAIRE

QUIZ

Le Quiz est un défi de génie en herbe venant tester les connaissances des participants quant à l'actualité marketing. En effet, le quiz comprend plusieurs sections : logos et slogans, réponses courtes, choix multiples, vrais ou faux, bref pour tous les goûts! Les participants recherchés doivent manier parfaitement la gestion du stress et faire preuve de rapidité, de polyvalence, de forte habileté de mémorisation et d'une bonne cohésion d'équipe. La compétition sera féroce.

E. MISE À JOUR DE LA CHARTE HM

2021	
	Restructuration complète de la Charte
7.3.7.	Grille académique
2022	
	Ajout du cas Marketing RH
13.3	Ajout de la section Coordonnateur de l'année
2023	
	Retrait Marketing RH
	Ajout du cas Marketing International
2024	
	3 ordinateurs pour les équipes acad
	Ajout de Canva pour contrat
	Ajout de la section 15. Sur la Loi 25
2025	
2.	Utilisation des genres
5.3.1	Participation
6.2	Épreuves
6.2.5	Utilisation d'un fichier gabarit
6.3.2	Langue de l'épreuve quiz
6.3.4.1	Résolution des cas académique conventionnels
6.3.4.1.1	Utilisation d'internet
6.3.4.1.2	Utilisation de l'intelligence artificielle
6.3.4.2	Résolution cas surprise

6.3.7	Grille d'évaluation
6.7	Procédures en cas d'égalité
14.	Politique Loi 25
2026	
5.2	Ajout d'un bénévole de délégation et modifications nombre de coordinateur·trice·s
6.1.2	Changement du nom du cas Contrat pour Appel d'offre d'agence
6.3.4.1.2	Retrait de l'accès à l'intelligence artificielle
6.3.4.2	Changement date de remise de la présentation du cas surprise
7.4.5	Ajustement bilinguisme sport
7.5.1	Ajustement date de remise équipe sport
11.2	Ajustement définition
11.3.2	Ajout fondation/organisme comme évaluateur·trice·s
11.3.3	Retrait des heures de bénévoles
14.	Retrait Loi 25