

Les étudiants s'échauffent

création

17/06/2010 - Le palmarès 2010 de la «compétition étudiants» du Club des directeurs artistiques, dévoilé le 15 juin à l'hôtel de ville de Paris, a bénéficié d'une remise de prix spécifique pour lui assurer une plus grande visibilité.

Cette année, les participants à la compétition étudiants du Club des directeurs artistiques devaient créer l'identité de l'«agence Paris 2050» destinée à sensibiliser les Parisiens aux changements climatiques et à leurs conséquences : logo, charte graphique, signature, outils d'édition, site Internet et campagne de communication «digitale» ou classique. «*Un vrai brief d'annonceur sur un vrai sujet de société*», souligne Herveline Fabre, de l'agence de design 1909, chargée de la compétition étudiants au sein du bureau du Club.

Le Club a reçu 99 campagnes, soit plus de 400 visuels en provenance de 15 écoles. Trois sont arrivées en finale. Le prix va au film «Les plus et les moins», les campagnes print «Les Gros Titres» et «Paris sera toujours Paris» obtenant une mention.

Légendes

Visuels principaux

Prix pour «Les plus et les moins» (film). Conception: Charlotte Bouvet (Esaa Duperré). «*Le jury a apprécié la pertinence de la réponse, la qualité de ce travail, son angle ni moralisateur, ni culpabilisant, l'humour de son approche*», commente Herveline Fabre.

Visuel en bas à gauche

Mention pour «Les Gros Titres» (affichage) – CR: Émilie Dethinne et Morgane Tual - DA: Tiffany Faber (lycée Vernant).

Visuel en bas à droite

Mention pour «Paris sera toujours Paris» (affichage) – CR: Romain Dehoux – DA: Adrien Bajaud (lycée Vernant).

Olivier Mongeau

Information traitée dans Stratégies Magazine n°1594