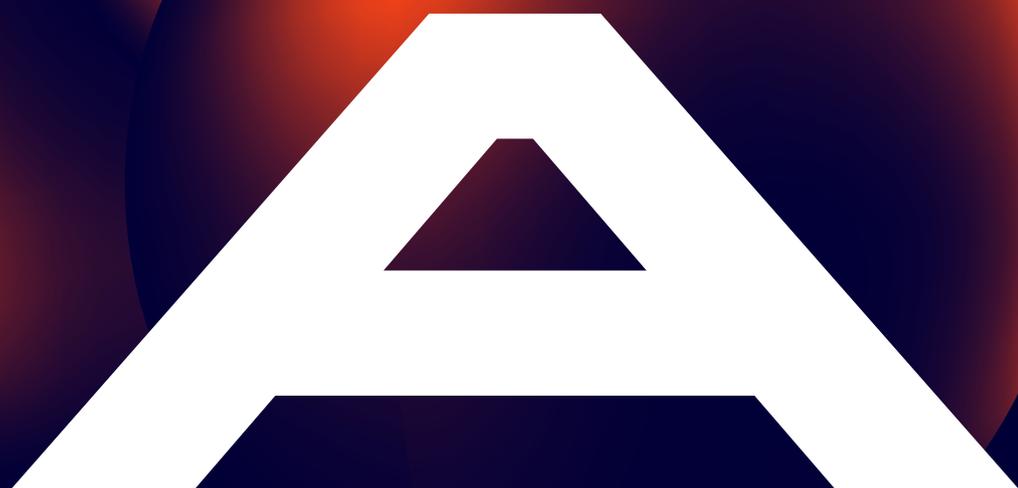


#CDA53

LE
CLUB
DES
D.A



| | |
|--------------------------------|------|
| ÉLIGIBILITÉ | P.3 |
| CLÔTURE DES INSCRIPTIONS | P.5 |
| CATÉGORIES ET TARIFS | P.6 |
| INSCRIPTION & MATÉRIEL | P.9 |
| DÉFINITION DES CATÉGORIES | P.13 |
| PRIX SPÉCIAUX | P.26 |
| ENVOI DES TRAVAUX PAR COURRIER | P.27 |
| PUBLICATION DES RÉSULTATS | P.27 |
| CONDITIONS DE RÈGLEMENT | P.27 |

Éligibilité

Le Club honore des individus, talents et savoir faire français ou travaillant pour le marché français.

Travaux parus au cours de la période 2020 / 2021 : du **30 avril 2021** au **31 avril 2022**.

La compétition fait la promotion d'un savoir faire national. Sont éligibles, les travaux réalisés par des auteurs français ou auteurs travaillant pour le marché français et/ou international. Les opérateurs doivent être français (Studio créa, agences de pub, production indépendante ou production intégrée où intégrée annonceur).

Les campagnes présentées doivent faire l'objet de parutions réelles commanditées par un

«client», réalisées dans le cadre d'un contrat commercial ou d'une convention de partenariat avec l'annonceur.

Le Club se réserve le droit de demander des justificatifs de parutions pour les travaux qui ne semblent pas avoir une notoriété évidente et de les disqualifier le cas échéant.

Les droits d'inscription seront conservés.

Les travaux ayant été présentés à la compétition les années précédentes ne peuvent pas être réinscrits.

Les nouveaux primés à la compétition précédente (individus) pourront présenter gratuitement 1 travail à l'édition suivante.

Participation

Vous n'êtes pas tenu d'être adhérent du Club pour pouvoir participer à la compétition.

Les frais de participation doivent être réglés pour valider votre inscription.

Un bon de commande est généré automatiquement. Une facture à régler dans les meilleurs délais vous sera adressée.

À réception de votre règlement, votre candidature sera prise en compte et soumise aux jurys.

Jury

Au nombre de 8, les jurés sont majoritairement membres du Club.

Représentatifs et référents de leur filière ou métier ils doivent être créativement reconnus (primés).

Les candidats pour les jurys doivent présenter conjointement leur candidature au Club et au responsable de la catégorie.

Éligibilité • Participation • Jury • Édition 53 • Club des D.A • Année 2021/2022



Catégorie direct

Redonnons la part belle aux actions de communication ayant un réel impact !

La **catégorie Direct** sera donc particulièrement attentive à valoriser les actions de communication autour des **objets portés ou envoyés**.

Nouveaux talents

Pôle Production :

Cette définition s'applique aux métiers de la production TV . Toute personne ayant moins de 3 ans d'expérience dans la création d'œuvres commerciales dans leur catégorie. 3 ans au total, hors pauses professionnelles. Il n'y a aucune limite d'âge. Cependant, le talent ne doit pas avoir fait carrière dans un autre secteur de l'industrie de la création.

Vous ne pouvez par exemple pas être un photographe établi venant de se lancer dans la conception graphique.

Nouvelles sous catégories

Pôle Design :

Catégorie Design animé & Motion design

Pôle Production :

Musique synchronisée Reprise & Sound Design dans la catégorie Production Son

Prix spéciaux

Les prix spéciaux sont les prix obtenus en cumul de prix à partir des palmarès tous pôles confondus : pub – prod - design.

Il est donc essentiel de créditer les auteurs des oeuvres.

Éligibilité : en cumul de prix rouge puis blanc puis bleu. En cas d'égalité les sélections viendront départager les gagnants.

Le Prix du Réalisateur de l'année rejoint les prix spéciaux :

| | |
|---------------------------------|--------------------|
| Direction de la Création | Réalisation |
| Direction artistique | Annonceur |
| Conception Rédaction | |

Méthode : en cumul de prix

Les prix spéciaux sont obtenus en cumul de prix rouges puis blancs puis bleus sur la base des 3 pôles cumulés.

En cas d'égalité, les sélections viendront départager les gagnants.

L'Annonceur de l'année devra obtenir 1 boule rouge sur deux travaux différents pour être éligible.



01 Publicité & Communication

Clôture définitive

| | |
|---------------------|-----------------|
| Direct | 20 février 2022 |
| Presse | 11 mars 2022 |
| Radio | 08 avril 2022 |
| Affiche & Com. ext. | 24 février 2022 |
| Digital | 02 mars 2022 |
| Grandes causes | 22 mars 2022 |
| Rédaction | 04 mars 2022 |
| Films | 15 mars 2022 |
| Événementiel | 08 mai 2022 |
| Innovation | 06 avril 2022 |
| Podcast | 05 avril 2022 |
| Images-Illustration | 16 mai 2022 |
| Images-Photo | 06 mai 2022 |

02 Production

| | |
|-----------------|---------------|
| VFX & Animation | 03 mars 2022 |
| Craft Films | 04 avril 2022 |
| Film Mode | 23 mars 2022 |
| Son | 25 mars 2022 |
| Clip musical | 29 mars 2022 |

03 Design

| | |
|-----------------|---------------|
| Branding Design | 25 avril 2022 |
| Graphic Design | 29 avril 2022 |
| Design & Motion | 02 mai 2022 |

Commentaire

Aucune inscription ne pourra être annulée après validation sauf accord avec l'organisation.



CATÉGORIES ET TARIFS

Publicité & Communication

Vous avez la possibilité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- A l'unité
- Campagne (3 travaux ou plus)

| 01 | PRESSE | €HT | €HT |
|----|-------------------------------------|-----|------|
| | Culturelle | 60 | 170 |
| | Magazine | 285 | 800 |
| | Quotidienne | 285 | 800 |
| | Innovation | x | 285 |
| 02 | AFFICHE & COMMUNICATION EXTÉRIEURE | | |
| | Culturelle | 60 | 170 |
| | Réseau | 285 | 800 |
| | Tactique | 285 | 800 |
| | Digital | x | 800 |
| | Événementiel | x | 800 |
| | Innovation | 800 | 800 |
| 03 | FILMS | | |
| | Télévision | 485 | 1350 |
| | Cinéma | 485 | 1350 |
| | Digital | 485 | 1350 |
| | Trailer Jeux vidéos | 485 | 1350 |
| | Bande annonce | x | 250 |
| 04 | DIGITAL | | |
| | WEBSITES | | |
| | Sites e-commerce | x | 750 |
| | Sites produits | x | 750 |
| | PUBLICITÉ EN LIGNE | | |
| | Pré Roll | x | 250 |
| | Bannières | x | 250 |
| | SOCIAL MEDIA & INFLUENCEURS | | |
| | Campagne virale | x | 485 |
| | Activation social media | x | 485 |
| | Utilisation d'influenceurs | x | 750 |
| | Utilisation des tendances digitales | x | 750 |
| | BRANDED UTILITY | | |
| | Gaming | x | 485 |
| | Services digitaux | x | 485 |
| | TECHNOLOGIE & INNOVATION | | |
| | Installation digitale | x | 485 |
| | Utilisation de la technologie | x | 250 |
| | Innovation | x | 485 |
| 05 | DIRECT | | |
| | Campagne globale | x | 810 |
| | PR | x | 810 |
| | Activation digitale | x | 810 |
| | Mailing et E-mailing | x | 285 |
| | Ambiant | 285 | 810 |
| | Presse & Poster | 285 | 810 |
| | Innovation | x | 810 |

| 06 | RADIO | €HT | €HT |
|----|--------------------------------|-----|-----|
| | Message radio | 110 | x |
| 07 | PODCAST | | |
| | Fiction | x | 110 |
| | Documentaire | x | 110 |
| | Solo caste | x | 110 |
| | Brand content | x | 110 |
| 08 | IMAGES-PHOTO | | |
| | Publicité | 110 | 300 |
| | Luxe | 110 | 300 |
| | Édition | 110 | 300 |
| | Édito | 110 | 300 |
| | Carte blanche | 110 | 300 |
| | Inspiration | 110 | 300 |
| 09 | IMAGES-ILLUSTRATION | | |
| | Publicité | 110 | 300 |
| | Presse | 110 | 300 |
| | Édition | 110 | 300 |
| | Packaging | 110 | 300 |
| | Scénographie | 110 | 300 |
| | Animée | 110 | 300 |
| | Inspiration | 90 | 300 |
| 10 | RÉDACTION | | |
| | Presse | 210 | 600 |
| | Affichage | 210 | 600 |
| | Film | 210 | 600 |
| | Radio-Podcast | 210 | 600 |
| | Digital | 210 | 600 |
| | Édition | 210 | 600 |
| | Design | 210 | 600 |
| 11 | ÉVÉNEMENTIEL | | |
| | Hors dispositif réseau | x | 825 |
| | Immersif expérientiel | x | 825 |
| | Construction physique éphémère | x | 825 |
| | Live | x | 290 |
| 12 | INNOVATION | | |
| | Presse | x | 280 |
| | Affichage & Comm. extérieure | x | 280 |
| | Digital | x | 485 |
| | Film | 210 | 485 |

* Les campagnes grandes causes peuvent être présentées dans toutes les catégories ainsi que les catégories craft (photo, illustration, production, rédaction).



CATÉGORIES ET TARIFS

Publicité & Communication

Vous avez la possibilité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- A l'unité
- Campagne (3 travaux ou plus)

Cliquez sur chaque catégorie pour accéder au détail.

| 13 | GRANDES CAUSES | €HT | €HT |
|----|-------------------------|-----|------|
| | ASSOCIATION | | |
| | Film | 485 | 1350 |
| | Radio | 210 | 600 |
| | Presse & Affichage | 285 | 800 |
| | Digital | 485 | 1350 |
| | Activation | x | 810 |
| | ORGANISME D'ÉTAT | | |
| | Film | 485 | 1350 |
| | Radio | 210 | 600 |
| | Presse & Affichage | 285 | 800 |
| | Digital | 485 | 1350 |
| | Activation | x | 810 |
| | RSE | | |
| | Film | 485 | 1350 |
| | Radio | 210 | 600 |
| | Presse & Affichage | 285 | 800 |
| | Digital | 485 | 1350 |
| | Activation | x | 810 |

| 17 | FILM MODE | €HT | €HT |
|-----------|------------------------------|-----|-----|
| | Conception & réalisation | 125 | x |
| | Direction de la photographie | 125 | x |
| | Direction artistique | 125 | x |
| | Montage | 125 | x |
| | Nouveau talent * | 85 | x |
| 18 | VFX & ANIMATION | | |
| | Réalisation Animation | 150 | x |
| | Animation 3D | 150 | x |
| | Animation 2D | 150 | x |
| | VFX | 150 | x |
| | Nouveau talent * | 85 | x |

* Nouveau talent : travail réalisé durant les 3 premières années d'activité professionnelles

Production

| 14 | FILM PUBLICITAIRE | €HT | €HT |
|-----------|------------------------------|-----|-----|
| | Film publicitaire | 240 | 700 |
| | Réalisation comédie | 240 | 700 |
| | Direction de la photographie | 240 | 700 |
| | Direction artistique | 240 | 700 |
| | Montage | 240 | 700 |
| | Nouveau talent * | 105 | x |
| 15 | CLIP MUSICAL | | |
| | Conception & Réalisation | 125 | x |
| | Direction de la photographie | 125 | x |
| | Direction artistique | 125 | x |
| | Montage | 125 | x |
| | Nouveau talent * | 85 | x |
| 16 | SON | | |
| | Réalisation (bande son) | 150 | x |
| | Musique originale | 150 | x |
| | Musique synchronisée | 150 | x |
| | Musique synchronisée Reprise | 150 | x |
| | Sound Design | 150 | x |
| | Nouveau talent * | 85 | x |



CATÉGORIES ET TARIFS

Design

Vous avez la possibilité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- A l'unité
- Campagne (3 travaux ou plus)

| 19 | BRANDING DESIGN | €HT | €HT |
|----|-------------------------------------|-----|-----|
| | DESIGN DE MARQUE | | |
| | Design global de marque corporate | x | 485 |
| | Design global de marque commerciale | x | 485 |
| | Design d'identité visuelle | x | 485 |
| | Naming | x | 485 |
| | DESIGN DE PACK | | |
| | Packaging food | x | 485 |
| | Packaging beverages | x | 485 |
| | Cosmétiques & Parfums | x | 485 |
| | Technologie | x | 485 |
| | DESIGN D'ESPACE | | |
| | Espaces commerciaux | x | 485 |
| | Entreprises | x | 485 |
| | Espaces culturels | x | 220 |
| | Signalétique | x | 220 |
| | CRÉATION DE CARACTÈRES | | |
| | Lettrage, logotype | x | 60 |
| | Création de caractères | x | 60 |
| | 1 style, fonte, graisse unique | x | 110 |
| | Lettrage : nouveau talent * | x | 85 |

| 20 | DESIGN ANIMÉ & MOTION | €HT | €HT |
|----|-------------------------------|-----|-----|
| | DESIGN ANIMÉ | | |
| | Motion design | 250 | x |
| | DESIGN TV | | |
| | Habillage global de chaînes | x | 800 |
| | Habillage global d'événements | x | 500 |
| | Bande annonce filmée | 250 | x |
| | Bande annonce montée | 250 | x |
| | Jingle / ident | x | 250 |
| | Générique | 220 | x |

| 21 | GRAPHIC DESIGN | €HT | €HT |
|----|---------------------------------------|-----|-----|
| | ÉDITION - PUBLICATION GRAND PUBLIC | | |
| | Nouveau journal, nouvelle formule | 60 | x |
| | Couverture, Une magazine / quotidien | 60 | x |
| | Consumer magazine, inflight, business | 60 | x |
| | Catalogue | 60 | x |
| | PUBLICATION INSTITUTIONNELLE | | |
| | Rapport annuel | 220 | x |
| | Livre d'entreprise | 220 | x |
| | Dossier de presse | 60 | x |
| | PUBLICATION DIGITALE | | |
| | Business to Business | 60 | x |
| | Business to Customers | 60 | x |
| | GRAPHISME | | |
| | Culturel | 60 | 170 |
| | Muséographie | 60 | 170 |
| | USAGES TYPOGRAPHIQUES | | |
| | Usage typo en publicité imprimée | x | 170 |
| | Usage typo en mouvement | x | 170 |
| | Usage typo en édition, presse | x | 170 |
| | Usage typo en numérique | x | 170 |

Concours Étudiants

| 22 | ÉCOLES DE MARKETING | €HT | €HT |
|----|---------------------|-----|-----|
| | Concours Étudiants | x | 90 |

* Nouveau talent : travail réalisé durant les 3 premières années d'activité professionnelles



Inscription des travaux et mot de passe

— Choisissez la catégorie dans laquelle vous soumettez votre campagne.

— Une campagne peut être inscrite dans plusieurs catégories différentes.

L'inscription est à faire obligatoirement via la plateforme <https://competition.leclubdesda.org/>

— Créer un compte sur la plateforme d'inscription

— Les mots de passe sont à recréer d'une année sur l'autre

— Après connexion, suivre les indications

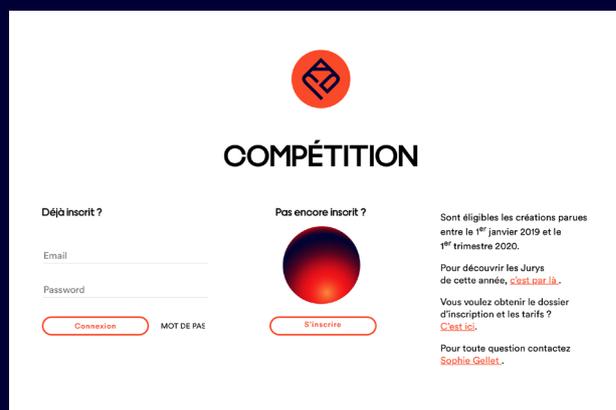
— Certaines catégories nécessitent l'envoi d'éléments physiques : livres, packaging, goodies, design...

Éléments et dossiers à envoyer à l'adresse suivante :

**LE
CLUB
DES
D.A**

Compétition 53
40, Bd Malesherbes
75 008 Paris
À l'attention de Sophie GELLET
Contacter avant envoi : 06 37 22 97 88

Indiquez vos coordonnées ainsi que la catégorie concernée.





Créer une inscription

Étape 1 : créations

— Identifier et télécharger les fichiers images, vidéos et/ou audio.

— Ajouter autant de fichiers que nécessaire par rapport à la catégorie sélectionnée. Chaque catégorie nécessite des fichiers différents.

Matériel demandé

IMAGES

— Format JPEG, Couleurs RVB

— Résolution : hauteur et largeur : entre 2000 (min) et 4000 px (max), Poids : 5 Mo max.

VIDÉOS

— Format Mp4 H264

— Résolution Full HD 1920 X 1080 px Durée maximale : 5 min (300 secondes)

— 8 images JPG d'aperçu du film, homothétique à la vidéo, hauteur et largeur de 4000 px maxi, 1080 px mini.

— Optionnel : si le film fait plus de 30 secondes, prévoir une version courte de même résolution,

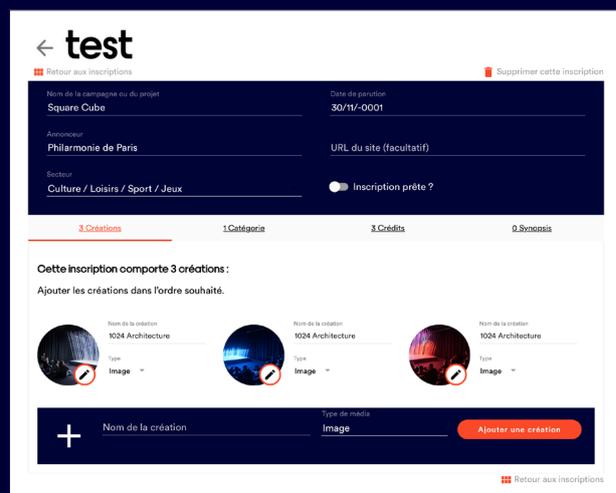
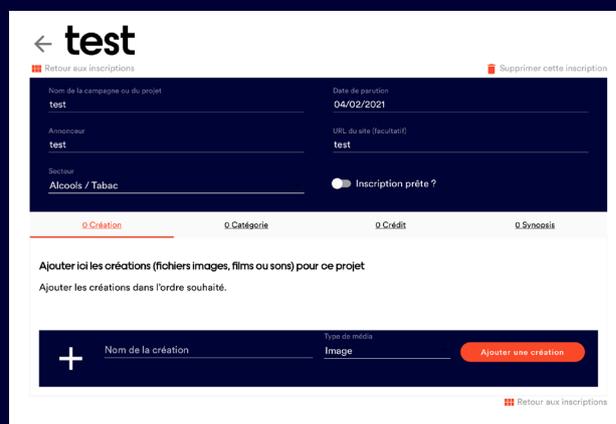
— 30 secondes max. (si ce « short edit » n'est pas fourni, les 30 premières secondes seront utilisées.

AUDIO

— Format Mp3, 5 min max + logo de la marque au format JPEG 1024 X 768 px

FILM DE PRÉSENTATION DE LA CAMPAGNE (CASE)

— Les jurés jugeront en priorité les éléments de création de la campagne : site, bannière, stunt...qui seront complétés par un «case» de préférence en Français (version anglaise acceptée)





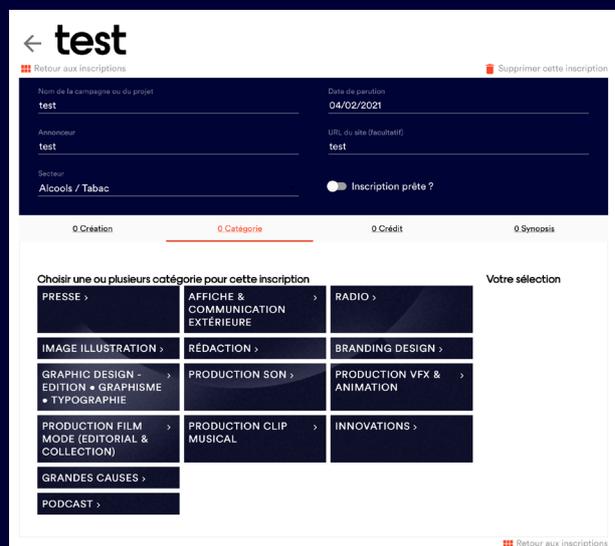
Étape 2 : choix des catégories

— Choisissez la catégorie dans laquelle vous soumettez votre campagne.

— Les créations chargées doivent correspondre à la catégorie choisie. Ces éléments doivent permettre aux jurés d'apprécier au mieux votre campagne.

— Pour inscrire une campagne dans des catégories différentes, créer une nouvelle inscription et charger uniquement les éléments (image, vidéos, radio) dont les jurés de cette catégorie auront besoin pour juger au mieux votre campagne.

— Vous pouvez dupliquer les crédits renseignés dans votre première inscription, si ceux-ci sont identiques. Renseigner le synopsis.



Exemples de besoins / catégorie

- Digital / Direct : case + board
- Animation & VFX : film + making-of
- Son : film + audio
- Affichage/Presse : Print + insitu



Étape 3 : crédits

Créditez le nom des personnes et structures pour chaque inscription. Ce sont essentiellement les fonctions créatives / réalisations qui sont attendues.

Les fonctions non renseignées ne pourront être prises en compte dans les palmarès

— Ces informations seront reprises à l'identique

pour les publications print et digitale. Ce sont essentiellement les fonctions créatives qui sont attendues.

Les palmarès recensent exclusivement les auteurs et autrices des idées et tous ceux et celles dont le savoir-faire contribue directement à la création de valeur artistique.

← test

Retour aux inscriptions | Supprimer cette inscription

Nom de la campagne ou du projet: test | Date de parution: 04/02/2021

Annongneur: test | URL du site (facultatif): test

Secteur: Alcools / Tabac | Inscription prête ?

0.Création | 1.Catégorie | 0.Crédit | 0.Synopsis

Saisissez les personnes ou structures à créditer pour cette inscription

Ajouter d'autres crédits :

| Role | Nom | Prénom | Structure |
|------|-----|--------|-----------|
| | | | |

Ajouter

Copier les crédits d'une autre inscription

Square Cube

Importer

Retour aux inscriptions

Étape 4 : synopsis

— Problématique, réponse, solution 800 signes maximum.

Ces éléments pourront être publiés dans le livre.

← test

Retour aux inscriptions | Supprimer cette inscription

Nom de la campagne ou du projet: test | Date de parution: 04/02/2021

Annongneur: test | URL du site (facultatif): test

Secteur: Alcools / Tabac | Inscription prête ?

0.Création | 1.Catégorie | 0.Crédit | 0.Synopsis

Présenter cette inscription en quelques lignes

Le synopsis est obligatoire. Il permet de présenter aux jurés votre inscription et peut-être utilisé dans le livre annuel du Club ou pour la cérémonie de remise des prix.

Synopsis

800 caractères maximum. 0/800

Commentaire

Nous considérons que les informations fournies lors de l'inscription sont exactes et vérifiées. Merci d'y apporter la plus scrupuleuse attention.



Matériel à fournir

— Film de présentation du dispositif si nécessaire (case) max. 2 mm

Commentaires

— Numéroté les visuels dans l'ordre d'apparition souhaité

— Intituler les fichiers du même nom de l'inscription

— Visuels in situ du dispositif si possible

Les créations
présentées dans
les catégories
culturelles du
pôle pub pourront
être présentées
gracieusement au
pôle design

Matériel à fournir

— Film de présentation du dispositif si nécessaire (case) max. 2 mm

Commentaires

— Web séries, mini séries : présenter les 4 meilleures.

— Numéroté les fichiers dans l'ordre de présentation souhaité en conservant l'intitulé de l'inscription

— Le synopsis doit être adapté à la sous catégorie et éclairer sur les solutions techniques choisies.

Presse

Presse Culturelle : théâtre, cinéma, exposition...

Presse Magazine

Presse Quotidienne

Presse Innovation : toute forme d'innovation avec le média presse, l'achat d'espace, le dispositif...

Affiche & communication extérieure

Culturelle : affiche de théâtre, affiche de cinéma, affiche d'expositions...

Réseau : affiches 4X4, abribus, métro...

Tactique : tout dispositif alternatif aux réseaux d'affichage traditionnel hors affichage digital : affichage de proximité, lieux dédiés, support extérieur (véhicules, taxis, mobilier etc..)

Digital : DOOH - panneaux digitaux, caissons lumineux, rétro-éclairés, panneaux lumineux, connectés etc...

Évènementiel : hors réseau, hors format standard

Innovation : affichage avec le média, l'achat d'espace, le dispositif...

Films

Télévision - cinéma : tout film diffusé sur des écrans faisant l'objet d'achat d'espace.

Digital : programme court télévision, cinéma, Internet, web série, clip interactif, sponsoring etc.. Les films doivent être présentés en version française tels qu'ils ont été diffusés dans leur format. (tolérés en anglais).

Trailer Jeux vidéos

Bande annonce (montée ou filmée) : Si les films sont sélectionnés, seule la version française sera diffusée. Le jury se réserve le droit de proposer à un autre jury la soumission s'il juge qu'il peut avoir une sélection. (craft, son, typo etc..)



Matériel à fournir

- Film démo de navigation sur le site
- Adresse active des sites
- Jpg des éléments constitutifs de la création

Commentaires

- Narration visuelle de 4 à 8 images
- Le jury sera attentif à la qualité créative des images proposées
- Pas de musique du commerce uniquement l'identité sonore du site si elle existe

Digital

WEBSITES

Site E-commerce : site de vente en ligne de produits d'une façon nouvelle ou créative : UX, UI, Gaming, etc.

Site produit : site à dimension expérientielle, créé pour faire la promotion d'un produit ou d'une campagne.

PUBLICITÉ EN LIGNE

Pré Roll : vidéos campaign, prerolls youtube, vidéos sponsorisées facebook, etc.

Bannières & Pop-ups : bannières, fenêtres flash ou Google AdWords.

SOCIAL MEDIA & INFLUENCEURS

Campagne virale : contenus destinés aux plateformes comme Facebook, Snapchat, Instagram, Periscope, Meerkat. Ils sont destinés à être vus en ligne et largement partagés au sein du public : vidéo, image, site, etc.

sociaux pour attirer l'attention et toucher une communauté spécifique.

Activation Social Media : ligne éditoriale social média, mécanique d'engagement social : post, tweet, hashtag, etc.

Utilisation des tendances digitales : campagnes qui utilisent la popularité d'un sujet d'actualité, d'un événement ou d'une mode sur les réseaux sociaux pour générer le maximum de couverture médiatique pour une marque. Peut-être une réaction expresse en temps réel à un sujet d'actualité ou de mode sur les réseaux sociaux : community management, troll advertising, etc.

Utilisation d'influenceurs : campagnes qui utilisent des individus influents populaires ou célébrités sur des plateformes de médias

BRANDED UTILITY

Gaming : jeux de marque online ou sur app mobile.

améliorent l'expérience entre le consommateur et la marque : site, bot messenger, Voice App, ou tout simplement une App, etc.

Services digitaux : services qui

TECHNOLOGIE & INNOVATION

Installation digitale : installation interactive ou immersive

Innovation : utilisation d'une technologie digitale novatrice, c'est-à-dire encore dans les premières phases de développement : par exemple la biotechnologie, la blockchain ou la crypto-monnaie. Les candidats doivent stipuler en quoi leur travail est émergent.

Utilisation de la technologie : une création repousse les limites de ce qui peut être fait numériquement, en utilisant une technologie d'une façon nouvelle : app mobile, objet connecté, VR, AR, IA, VOICE BOT, etc.



Matériel à fournir

- Jpeg des éléments constitutifs de la création
- Site internet avec URL valide
- Film démo des sites
- Bannières : fichier Mp4
- Case en français

Commentaires

- Narration visuelle de 8 images.
- Synopsis explicatif des dispositifs en français
- Case : maxi. 2 mn en français.
- Mailing : envoyer les éléments print au Club en plus des images les échantillons appropriés etc...

En fonction voir format de fichier p10

Le jury sera attentif à la qualité créative des images proposées

Direct

Campagne de communication ciblée conçue pour générer une réponse ou une action spécifique tout en établissant et en prolongeant des relations et des échanges.

Les prix attribués récompenseront des campagnes qui contiennent non seulement un mécanisme de réponse mais qui ont également un effet directement attribuable sur le comportement et permettent d'obtenir une réponse mesurable.

Veillez inclure vos moyens d'adressage, courrier, publi-postage etc...

Direct campagne globale : programmes utilisant plusieurs médias différents (minimum 2) dans une campagne lancée, dirigée ou pilotée principalement par le marketing direct. Notez que les entrées de cette catégorie doivent, contenir différents supports, ainsi qu'un élément de base ou une idée de communication ciblée / directe clairement identifiable

(soumettez des photographies, vidéos et / ou échantillons appropriés comme support, ou comprenant le média courrier adressé).

Direct PR : opérations de relations presse. Communication , lance-

ment produits, initiation d'événements, d'opérations. Basée sur une idée directe, ciblée, clairement identifiable.

Direct Activation digitale : social média/Brand content

Direct Mailing et E-mailing : envoi mailings, e-mailings y compris cartes de vœux, invitations, portage objets, éditions, (Soumettez l'échantillon réel avec l'étiquette ou une autre méthode d'adressage) e-mailing, mailing événementiel, carte de vœux

Ambiant : médias non traditionnels, y compris les stunts, à réponse directe, le Street -marketing, guérilla marketing, les événements à réponse directe, les médias extérieurs / ambiants et autres supports, qui encouragent les interactions directes et cherchent à obtenir une réponse mesurable.

Direct Presse & Poster : campagne de marketing direct utilisant le média presse et / ou poster

Direct Innovation : innovation avec le média, l'achat d'espace, le dispositif...



Matériel à fournir

- Mp3 - 4 épisodes max par série, numérotés dans l'ordre de présentation souhaitée
- 1 vignette cover sur chaque épisode

Commentaires

- Possibilité d'intégrer un lien de la plateforme dans l'espace synopsis pour entendre la totalité des réalisations

Matériel à fournir

- 1 film de présentation du dispositif en français 45s mini - 2min maxi. si nécessaire
- Synopsis - 4 - 8 images

Commentaires

- 1 visuel de la rédaction dans la mise en page
- Lisible en présentation grand écran ou plusieurs visuels du texte
- Script des textes, des dialogues ou des conversations

Radio

Message radio : message publicitaire radiophonique

Podcast

Le podcast marque une nouvelle ère dans la communication et ouvre des perspectives inédites en terme de storytelling. cette catégorie récompense ce nouveau moyen d'expression pour les marques, les plateformes et les créateurs.
Podcast natif de commande (commandé par un annonceur

ou un diffuseur dans le cadre d'un contrat commercial)

Fiction

Documentaire

Solo caste : monologue de l'animateur sur un sujet d'intérêt pour le public.

Brand Content

Rédaction

Cette catégorie valorise l'utilisation de la rédaction à des fins commerciales. Que ce soit en presse quotidienne ou presse magazine, affichage, radio, film, digital, design : création de nom de marque, écriture de contenu, elle est transverse à toutes les catégories.

Film

Radio, Podcast

Digital : site web, bannière, réseaux sociaux, app mobile...

Édition : rédaction corporate, rédaction éditoriale

Design : création de nom de marque, écriture, édition

Presse

Affichage

Événementiel

Événement hors dispositif : affichage « non-standard » dans l'espace public. Format libre, support non conventionnel ou réinterprété, hors zone d'affiche traditionnelle.

Immersif expérientiel : on juge des événements au contenu technologique / innovant qui immergent le consommateur dans un monde, une réalité nouvelle. Storytelling immersif, réalité augmentée, gaming, hologramme, usage du smartphone en outdoor...

Constructions : constructions physiques éphémères. Installées à l'extérieur, dans la rue ou lieux fermés construits/aménagés de toutes pièces (pop-up-stores, restos, sites exceptionnels)

Live event : activations où la marque joue live devant des spectateurs (son/musique, video mapping, chorégraphie, scénographie, concert)



Matériel à fournir

- 8 images maximum
Numérotées dans l'ordre
d'apparition souhaitées
- Synopsis : 800 signes
10 lignes max. : brief, stratégies
contraintes, moyens de
réalisation, formats..., soutenant
les choix artistiques du
photographe et du DA

Commentaires

- Exposition : en plus des images
rajouter quelques images de
l'exposition in situ
- Digital : capture(s) d'écran +
lien(s) (adresse Instagram et/ou
adresse du site)
- Carte blanche : en plus des
images rajouter quelques images
de l'exposition in situ
- Animée : Fichier .gif .mouv.
ou MP4
- Edition / Edito : en plus des
images parution(s) + si possible
parution(s) à envoyer par courrier
- Publicité : 5 images maximum
- Inspiration / galerie : 10 images
maximum

Images / Photo (Print & digital)

Publicité : photographie pour la pu-
blicité

Luxe : photographie pour la mode,
beauté, bijouterie, couture horlo-
gerie, etc..

Edition : brochure, magazine d'en-
treprise, rapport annuel, cata-
logue, livre d'entreprise etc

Edito : photographie de mode
pour la presse

Carte blanche : projet photogra-

phique libre pour une marque :
carte blanche, prix, exposition, mé-
cénat...)

Inspiration Galerie du Club : travail
d'auteur, série personnelle, hors
commande pour une marque
(projet, exposition, livre, compte
instagram...)

Tout membre du Club pourra faire
bénéficier de son parrainage à
un auteur photographe à concu-
rence de 4 dossiers.

Images / Illustration (Print & digital)

Publicité : illustration pour la publi-
cité

Presse : illustration pour la presse
mag, culturelle, information, presse
quotienne

Edition : brochure, magazine d'en-
treprise, rapport annuel, cata-
logue, livre d'entreprise...)

Packaging : print (coffret, embal-
lages etc..)

Scénographie : décor, set design,
vitrine, espace

Animée : illustration animée (gif,
mini films)

Inspiration Galerie du Club : série
d'illustrations, travail personnel et
d'auteurs hors commande pour
une marque exposition, BD, Web,
édition etc...

Tout membre du Club pourra faire
bénéficier de son parrainage à
un auteur photographe à concu-
rence de 4 dossiers.



Matériel à fournir

- Voir format de fichier selon média présenté page 10.
- Synopsis adapté à la catégorie

Commentaires

- Film de présentation pour les catégories Digital et Activation

Grandes causes

Définition : « Toute campagne qui communique de façon tactique, ponctuelle, opportuniste autour d'un problème sociétal précis, qui ne peut :

- ni être considéré comme le socle central de son action au quotidien,
- ni avoir pour objectif de vendre un produit / une offre existante

et ce même si elle est en lien avec la thématique de ses produits / de son marché. »

Les campagnes « Grandes Causes » peuvent être présentées dans toutes les catégories de la compétition.

ASSOCIATION - ORGANISME D'ÉTAT - RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

Film

Audio (radio, musique pour un film, podcast etc..)

Presse & Affichage

Digital

(hors événement physique)

Activation

Matériel à fournir

- Voir format de fichier selon média présenté page 10.

Commentaires

- Synopsis de présentation de l'innovation.

Innovation

Définition : impact réel d'une innovation au service d'une idée, d'un produit ou d'un service. Le jury innovation ne juge pas d'une innovation technique si celle-ci ne porte pas une nouvelle idée ou une application artistique liée à la communication.

Presse : avec l'achat d'espace, le dispositif média, autre...

Affichage et communication extérieure : avec l'achat d'espace, le dispositif média, le dispositif technique ou digital.

Digital : technologie & innovation : objets connectés, réalité virtuelle, application augmentée, utilisation innovante des datas

Film : clip, achat d'espace...



Matériel à fournir

- Fichier Mp4 H264
Rés. : full HD 1920 x 1080px Durée maximum : 5 min (300 s)
- Prévoir 6 images Jpg d'aperçu du film, homothétiques à la vidéo, hauteur et largeur de 4000 maxi, 1080 pixels mini.

Commentaires

CATÉGORIE FILM PUBLICITAIRE

- Web séries, mini séries : présenter les 4 meilleures.
- Numérotter les fichiers dans l'ordre de présentation souhaité en conservant l'intitulé de l'inscription
- Synopsis de 800 signes maximum du film, des intentions de réalisation (craft films), de l'idée créative
- Sont admissibles les films produits par une production française, qu'elle soit indépendante, intégrée agence ou intégrée client.

Les films autoproduits par un réalisateur français sont également admissibles.

CATÉGORIE CLIP MUSICAL ET SON

- Identité sonore de marque : synopsis de 800 signes expliquant les intentions de réalisation sonore, d'animation, de concept artistique du Clip
- Numérotter les fichiers dans l'ordre de présentation souhaité
- Clip + short & édit de 30 s
- Synopsis d'intention en fonction des sous catégories
- Pour cette catégorie sont admissibles les films dont le son et/ou la musique est produit par un studio français, qu'il soit indépendant, intégré agence ou intégré client.
- Les films dont la bande son ou la musique sont autoproduits par un réalisateur son ou un musicien français sont également admissibles.

Craft - Film Publicitaire

Film de courte durée produit à l'initiative d'une marque ou d'une institution pour la promotion d'un produit, d'un service, d'une marque ou d'une cause, destiné à un large public et faisant l'objet d'un achat d'espace publicitaire important (y compris à titre gracieux).

Réalisation

Réalisation comédie : réalisation où le jeu d'acteur est mis en valeur.

Direction de la photographie : direction de la photographie est à

prendre au sens étendu du terme, lumière + cadrage + mouvements de caméra.

Direction artistique : décoration + Stylisme : éléments objectifs de l'image

Montage

Nouveau talent : réalisateur, directeur de la photographie, monteur, chef décorateur, styliste (mais de nationalité française uniquement).

Clip

Film de courte durée produit à l'initiative d'un artiste ou d'un label pour la promotion d'un titre musical et ne faisant pas l'objet d'un achat d'espace publicitaire.

Conception & Réalisation / Direction de la photographie / Direction artistique / Montage / Nouveau talent : 1ère réalisation (un des 3 premiers clips ou contenu éditorial)

Film mode (éditorial et collection)

Film de courte durée produit à l'initiative d'une marque de mode ou d'un média mode, pour la promotion d'une collection de vêtements, d'accessoires (sacs, chaussures, lunettes, montres) ou de la marque ou du média, destiné à un public ciblé et ne faisant pas l'objet d'un achat d'espace publicitaire important.

NB : cette catégorie s'adresse aussi bien aux marques couture/luxe et créateurs, que prêt-à-porter ou streetwear.

NB2 : Les films parfum, cosmétique et joaillerie doivent être inscrits en catégorie Craft Films Publicitaires.

Pour ces 3 catégories, sont admissibles les films produits par une production française, qu'elle soit indépendante, intégrée agence

ou intégrée client.
Les films autoproduits par un réalisateur français sont également admissibles.



Matériel à fournir

— Fichier Mp4 H264 - Rés. : full HD 1920 x 1080px Durée maximum : 5 min (300 s)

— Prévoir 6 images Jpg d'aperçu du film, homothétique à la vidéo, hauteur et largeur de 4000 maxi, 1080 pixels mini.

Commentaires

CATÉGORIE FILM MODE

— Un film peut être présenté dans n'importe quel de format, y compris long, dans la mesure où il a été véritablement diffusé, les «director's cut» ne sont donc pas admissibles.

Les films parfum, cosmétique et joaillerie doivent être inscrits en catégorie Film Publicitaire.

Sont admissibles les films produits par une production française, qu'elle soit indépendante, intégrée agence ou intégrée client.

Les films autoproduits par un réalisateur français sont également admissibles. .

CATÉGORIE VFX

— Les films publicitaires réalisés en animation sont à présenter à ce jury s'ils souhaitent être jugés pour la réalisation. Chaque sous-catégorie de VFX peut accueillir aussi bien des Clips, des Films Publicitaires ou des Films Mode, mais aussi des éléments d'habillage TV comme les Bandes Annonces et les Génériques, Jingles et Ident.

En revanche, le motion design est à inscrire en DESING – BRANDING DESIGN : TV, Broadcast & MOTION DESIGN.

Ce type de film (film mode) ne peut être inscrit dans 2 catégories différentes.

Exemple : film mode & craft film publicitaire, film mode & clip.

Ce type de narration étant particulier, il faut choisir la catégorie la plus adaptée selon la définition ci-dessus.

Un film appartenant à une des trois catégories (Films Mode, Clip, Craft Films) mais relevant des technique d'animation peut être aussi inscrit dans la catégorie Animation et VFX.

Conception & Réalisation

Direction de la photographie : à prendre au sens étendu du terme, lumière + cadrage + mouvements

VFX & animation

Réalisation Animation

Tout film publicitaire, Clip, Film Mode (tel que défini précédemment) mais faisant l'objet dans sa réalisation, de techniques d'animation (2D ou 3D).

Animation 2D / Animation 3D : tout film appartenant à l'une des trois catégories précédentes. Pour cette catégorie sont admissibles les films animés ou post-produits par un studio français, qu'il soit indépendant, intégré agence ou intégré client.

Les films autoproduits par un réalisateur/animateur français sont également admissibles.

VFX : le film + son making off ou VFX breakdown sont indispensables à la réflexion du Jury (un seul fichier suivi du making off ou breakdown).

de caméra. Les anglais ont un terme «cinématographie», mais cela n'a pas la même signification en français.

Direction Artistique : à prendre au sens du «Art Direction» anglais, à savoir Décoration + Stylisme. Les éléments objectifs de l'image.

Nouveau talent : à entendre au sens le plus étendu du terme. Réalisateur bien sûr, mais aussi Directeur de la Photographie, Monteur, Chef Décorateur, Styliste (mais de nationalité française uniquement).

Critère nouveau talent pour la production : travail réalisé durant les 3 premières années d'activité professionnelle.

Nouveau Talent : toute personne ayant moins de 3 ans d'expérience dans la création d'œuvres commerciales dans leur catégorie. 3 ans au total, hors pauses professionnelles.

Il n'y a aucune limite d'âge. Cependant, le talent ne doit pas avoir fait carrière dans un autre secteur de l'industrie de la création.

Vous ne pouvez par exemple pas être un photographe établi venant de se lancer dans la conception graphique.



Commentaires

CATÉGORIE CLIP MUSICAL & SON

- Identité sonore de marque : synopsis de 800 signes expliquant les intentions de réalisation sonore, d'animation, de concept artistique du Clip
- Numéroter les fichiers dans l'ordre de présentation souhaité
- Clip + short & édit de 30 s
- Synopsis d'intention en fonction des sous catégories
- Pour cette catégorie sont admissibles les films dont le son et/ou la musique est produit par un studio français, qu'il soit indépendant, intégré agence ou intégré client.
- Les films dont la bande son ou la musique sont autoproduits par un réalisateur son ou un musicien français sont également admissibles.

Son

Tout film appartenant à l'une des quatre catégories suivantes : Film Publicitaire, Clip, Film Mode, Animation et VFX.

Musiques originales, bandes son pour la publicité, sound design, musique synchronisée, etc. Le son au service de l'image, de la réalisation, de l'idée.

Cette catégorie a pour but de valoriser les métiers du son et leurs composantes. Cette catégorie récompense des bandes-son ou autres éléments sonores venant de films ou autres produits publicitaires ou à des fins commerciales.

Réalisation (bande son) : qualité de la bande-son en général, aussi bien sur le plan artistique que technique. Originalité, prise de son, réalisation, voix, mixage, choix et exécution d'une musique, Sound design. Maîtrise des éléments sonores aussi bien artistiques que techniques. Importance des choix de réalisation dans la qualité finale de la bande-son.

Musique originale : qualité de la composition, de l'arrangement, de l'interprétation de l'oeuvre et de tous les paramètres de son exécution aussi bien artistique que technique. Musique spécialement composée pour le projet.

Musique synchronisée : musique existante (au minimum la partition) utilisée pour les besoins du projet. Pertinence de choix d'une musique existante dans une publicité ou au service de l'identité d'une marque.

Musique synchronisée reprise : musique existante qu'un autre interprète que son créateur rejoue de façon similaire ou différente.

Sound Design : création et utilisation d'éléments sonores pour parvenir à un effet souhaité.

Nouveau talent : toute personne ayant moins de 3 ans d'expérience dans la création d'oeuvres commerciales dans leur catégorie. 3 ans au total, hors pauses professionnelles.

Il n'y a aucune limite d'âge. Cependant, le talent ne doit pas avoir fait carrière dans un autre secteur de l'industrie de la création. sont admissibles les projets dont le son et/ou la musique est produite par un studio français, qu'il soit indépendant, intégré agence ou intégré client.

Les projets dont la bande son ou la musique sont autoproduits par un réalisateur son ou un musicien français sont également admissibles.

Les versions director's cut ne sont pas acceptées



Matériel à fournir

— Film de présentation du dispositif 2mn max et/ou images du dispositif

Commentaires

— 8 à 10 images numérotées dans l'ordre de présentation souhaité

— Ne pas mentionner le nom des soumettant sur les présentations

— Synopsis de 800 signes max

— Dans le cas d'une évolution, fournir 1 visuel résumé de l'identité / pack / logo etc. avant / après

— En plus des soumissions sur la plateforme, envoi des objets physiques pour les catégories Packaging, livres, édition.

Le Design étant l'un des piliers des métiers de la communication et l'un des champs les plus créatifs et les plus innovants, cette compétition s'adresse aussi aux designers porteurs de cette créativité holistique, pleine d'esprit, de résistance et d'impertinence.

Dans le cadre de notre partenariat Les inscriptions soumises à la compétition du Club bénéficieront d'une réduction au D&AD. (Contacter le Club)

Branding / Design

DESIGN DE MARQUE

Projet comprenant la création d'une plate-forme d'identité d'une marque, la définition de ses moyens de communication design, la création de ses locaux commerciaux, de son mobilier, de son matériel, de ses produits, le marquage de la flotte de véhicules, les vêtements du personnel.

Design global de marque corporate / Commerciale

Design d'identité visuelle : projet comprenant la création ou l'évolution d'une identité visuelle

Naming : création de l'identité de la marque par le nom

DESIGN DE PACK

Création d'un packaging ou évolution d'un packaging.

Technologie

Packaging food - boisson

Cosmétiques & Parfums : création d'un nouveau produit ou l'évolution d'un produit existant, tous secteurs confondus.

DESIGN D'ESPACE

Conception ou agencement d'un lieu, extérieur ou intérieur, public ou privé. Agencement d'un espace afin de le mettre en valeur et de lui apporter une image et une identité particulières liées à une marque ou à un univers souhaité.

Espaces commerciaux Entreprises

Espaces culturels

Signalétique : conception et création de systèmes d'information dans des lieux publics ou privés.

CRÉATION DE CARACTÈRES (CAMPAGNE 3 TRAVAUX ET PLUS)

1 style / 1 fonte

Famille moins de 6 Styles, Fonte

Famille de plus de 6 style / Fontes

Création de caractères : nouveaux talents, étudiants

Lettrage, logotypes

Matériel à fournir

CRÉATION DE CARACTÈRES

— 1 jeu d'impression format A3



Matériel à fournir

MOTION DESIGN

- Film dans son intégralité et tel qu'il a été diffusé.
- Le son doit être celui créé ou acheté pour le générique.
- Ne pas mentionner le nom de l'agence sur les éléments.
- Possibilité de présenter le making of du projet.

HABILLAGE GLOBAL ET HABILLAGE ÉVÉNEMENTIEL

- Démo ou case study contenant à minima plusieurs exemples de BA, de pack-shots, de jingles pub et/ou idents, d'exemples de déclinaison print et digital.
- Ne pas mentionner le nom de l'agence dans la démo.
- La bande son doit être la BO originale créée ou utilisée pour l'habillage.

BANDES ANNONCES FILMÉES / MONTÉES

- Bande annonce telle qu'elle a été diffusée à l'antenne, et, le cas échéant, les différents formats déclinés de cette BA.
- Le son doit être celui diffusé à l'antenne.
- Ne pas mentionner le nom de l'agence dans les éléments.

Design animé

MOTION DESIGN

Motion design : design animé tous formats : films publicitaires, vidéo clips, vidéos et infographies didactiques, films institutionnels... Cette sous-catégorie récompense aussi les identités visuelles pensées

en intégrant la dimension animée (motion) dans leur création initiale qu'il s'agisse du logo et/ou de la grammaire graphique de la marque.

DESIGN TV

Habillage global de chaînes : cette catégorie récompense l'ensemble des éléments d'habillage corporate d'une chaîne : BA, jingles pub, idents, modules corporate, déclinaison de cette identité en print et en digital le cas échéant. Attention, il est nécessaire de présenter à minima le concept global appliqué à des exemples de BA et de jingles pub. Attention, cette sous-catégorie ne concerne pas les habillages d'événements (voir ci-dessous).

Habillage global d'événements (ex. habillage été, Noël, opération spéciale...) : ensemble des éléments identitaires d'une chaîne pour promouvoir un événement du calendrier ou de la programmation et au minimum : habillage spécial de BA et jingles pub ou idents, et, le cas échéant, modules corporate, exemples de déclinaison print et digitale.

Bande annonce filmée ou animée : Bande annonce n'utilisant pas d'images du programme et intégrant la création d'images originales tournées ou animées.

Bande annonce montée : bande annonce utilisant des images du programme de manière originale.

Série de Jingles pub et/ou Idents : À minima 6 jingles pub et/ou idents d'une même série/concept.

Génériques : génériques de film, de séries, de programmes TV, de courts métrages, de moyens métrages, de documentaires, de festivals et openers (de studios de cinéma, maisons de production, distributeurs de cinéma...)

Matériel à fournir

SÉRIES DE JINGLES PUB ET/OU IDENTIS

— Si jingles pub seulement : bout à bout de 5 jingles minimum et 10 jingles pub maximum.

— Si idents seulement : bout à bout de 5 idents minimum et 10 idents maximum.

— Si jingles pub et idents déclinés de la même idée, bout à bout de 4 à 5 jingles et de 4 à 5 idents. Si le concept des idents et des jingles pub n'est pas le même les inscrire séparément.

— Le son doit être celui diffusé à l'antenne.

— Ne pas mentionner le nom de l'agence dans les éléments.

GÉNÉRIQUE

— Générique tel qu'il a été diffusé à l'antenne, en salle ou sur le lieu de diffusion de l'événement, et, le cas échéant, les différents formats déclinés dudit générique.

— Le son doit être celui créé ou acheté pour le générique.

— Ne pas mentionner le nom de l'agence dans les éléments.

Design tv (suite)

Série de Jingles pub et/ou Idents

Génériques : génériques de programmes TV, de courts-métrages, de moyens-métrages, de longs-métrages, de séries,

de documentaires, de festivals-musique, cinéma, etc.) et openers (studio, maison de production, distributeur de cinéma...)



Matériel à fournir

— Jpeg

Commentaires

— 8 images max. dont couverture & pages intérieures pour les livres mettant en évidence le système graphique

— En plus des soumissions sur la plateforme, envoi des objets physiques au CDA.

CATÉGORIE TYPOGRAPHIE

— Un film peut être présenté dans n'importe quel de format, y compris long, dans la mesure où il a été véritablement diffusé, les « director's cut » ne sont donc pas admissibles.

Les films parfum, cosmétique et joaillerie doivent être inscrits en catégorie Film Publicitaire.

Sont admissibles les films produits par une production française, qu'elle soit indépendante, intégrée agence ou intégrée client.

Les films autoproduits par un réalisateur français sont également admissibles.

SOUS-CATÉGORIE TYPOGRAPHIE EN MOUVEMENT

— Publicité : le film

— Habillage : bout à bout des éléments utilisant de la typographie

— Prévoir 6 images JPG d'aperçu des films, homothétiques à la vidéo.

CATÉGORIE LETTRES

SOUS-CATÉGORIE LETTRAGES LOGOTYPE

— Jpeg

— Documents imprimés format A3 à envoyer au CDA

SOUS-CATÉGORIE LETTRAGES LOGOTYPE

— Jpeg

— Documents imprimés format A3 à envoyer au CDA

— Présentation du concept et références

— Présentation de l'alphabet complet, quelques mots en grandes tailles

— Texte composé et exemples d'utilisation dans le contexte (champ d'intervention, limites)

Préserver, honorer & inspirer

Graphic Design

ÉDITION - PUBLICATION GRAND PUBLIC

Nouveau journal, nouvelle formule

Catalogue : expositions, monographies, livres d'art...

Couverture, Une magazine / quotidien Consumer magazine, inflight, business

PUBLICATION INSTITUTIONNELLE

Rapport annuel

Livre d'entreprise

Dossier de presse

PUBLICATION DIGITALE

Business to Business

Business to Customers

GRAPHISME

Culturel : édition culturelle, affichage...

Muséographie

USAGES TYPOGRAPHIES

En publicité imprimée

En édition, presse

En mouvement

En numérique

Rendu

3 livres devront être adressés au Club. 2 exemplaires pour les jurés 1 exemplaire pour une exposition
Date limite de réception des ouvrages : **29 avril 2022**

Les ouvrages pourront être renvoyés aux auteurs.

Merci d'indiquer vos coordonnées et la catégorie concernée

Prix spéciaux - Classement national

Le Club honore les filières des Arts appliqués à la communication. Ce sont des individus, talents et

savoir faire français ou travaillant pour le marché français.

Créatifs de l'année

Les prix des meilleurs créatifs de l'année sont obtenus en cumul de prix à partir des palmarès, tous pôles confondus : pub – prod - design
Il est donc essentiel de créditer les auteurs des oeuvres.

Eligibilité : en cumul de prix rouge puis blanc puis bleu.

En cas d'égalité le nombre de campagnes shortlistées viendront départager les gagnants.

Classement : 1^{er}, 2^e, 3^e

Métiers primés : Directeur artistique de l'année
Concepteur rédacteur de l'année
Directeur de création de l'année
Réalisateur de l'année

Annonceur de l'année

Le prix du meilleur annonceur de l'année est obtenu en cumul de prix à partir des palmarès, tous pôles confondus : pub – prod - design

D'autres critères sont également pris en compte dont la capacité à innover et surprendre, à renouveler les codes d'une marque, d'un secteur ou d'un type d'expression.

Eligibilité : il faut à minima 1 boule rouge sur 2 travaux / campagnes différents, puis en cumul de prix rouge puis blanc puis bleu.

En cas d'égalité le nombre de campagnes shortlistées viendront départager les gagnants.

Classement : 1^{er}, 2^e, 3^e

Prix spéciaux • Annonceur de l'année • Créatif de l'année • Club des DA • Édition 53

Envoi des travaux

Pour tout envoi de matériel (catégorie Design, Edition, typographie ou toute autre catégorie), faire livrer les plis au :

Club des Directeurs Artistiques,
40 Boulevard Malesherbes 75008 Paris
entre 9h et 18 h (sous le porche à Gauche,
Escalier A, 3^e étage).
Contacter le club avant envoi.

À l'attention de Sophie Gellet
en indiquant clairement la catégorie.

Paieiment

Une fois vos inscriptions effectuées, le bon de commande devra être adressé au Club. La facture émise sera à régler dans les meilleurs délais.

Si ces étapes ne sont pas respectées, vos inscriptions ne pourront être prises en compte.

Contact facturation et règlement :
michele.gross@leclubdesad.org
Tél. 01 47 42 18 51 ou 06 80 26 40 64

Publication des résultats

Les shortlists seront publiées sur le site du Club et les réseaux sociaux.

Les résultats seront dévoilés au cours de la cérémonie de remise des prix qui se tiendra idéalement en juin, au plus tard en Septembre.

Sont invités à la cérémonie de remise des prix prioritairement les membres du Club à jour de leur cotisation, les lauréats, les partenaires.



LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES

40, Bd Malesherbes, 75008 Paris / 01 47 42 29 12 - 06 37 22 97 98
sophie.gellet@leclubdesad.org / www.leclubdesad.org
Association régie par la loi de 1901 / SIRET 784 672 537 00049 - TVA FR89 784 672 537