



ÉLIGIBILITÉ	P.3
CLÔTURE DES INSCRIPTIONS	P.5
CATÉGORIES ET TARIFS	P.6
INSORIPTION & MATÉRIEL	P.9
DÉFINITION DES CATÉGORIES	P.12
PRIX SPÉCIAUX	P.25
ENVOI DES TRAVAUX PAR COURRIER	P.26
PUBLICATION DES RÉSULTATS	P.26
CONDITIONS DE RÈGLEMENT	P.26



# 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 **30 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 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 inscriptiaon.

Un bon de commande est généré automatiquement par notre portail.

À réception de votre règlement, votre canditature 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 Catégorie Motion design

#### Pôle Production:

Catégorie Production Son Catégorie Identité sonore

#### 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.

Eligibilité : 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	04 février 2022
Presse	10 février 2022
Radio	15 février 2022
Affiche & Com. ext.	18 février 2022
Digital	21 février 2022
Grandes causes	25 février 2022
Rédaction	04 mars 2022
Films	15 mars 2022
Événementiel	05 avril 2022
Innovation	05 avril 2022
Podcast	05 avril 2022
Images-Illustration	07 avril 2022
Images-Photo	06 mai 2022
02 Production	
VFX & Animation	03 mars 2022
Craft Films	08 mars 2022
Film Mode	25 mars 2022
Son	25 mars 2022
Clip musical	29 mars 2022
03 Design	
Branding Design	25 avril 2022
Graphic Design	25 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

 Campagne (3 travaux ou plus)

A l'unité

Vous avez la possiblité de vous inscrire dans plusieurs catégories

01	PRESSE	€НТ	€НТ
	Culturelle	60	170
	Magazine	285	800
	Quotidienne	285	800
	Innovation	X	285
02	AFFICHE & COMMUNICATION EXTÉRIEURE		
		60	170
	Culturelle Réseau	285	800
		285	800
	Tactique Digital	Z03	800
	Événementiel	X	800
	Innovation	800	800
00		800	000
03	FILMS	405	1050
	Télévision	485	1350
	Cinéma	485	1350
	Digital	485	1350
	Trailer Jeux vidéos	485	1350
	Bande annonce	Х	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	Х	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	€НТ	€НТ
	Message radio	110	х
07	PODCAST		
	Fiction	Х	110
	Documentaire	X	110
	Solo caste	X	110
	Brand content	X	110
80	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	х	825
	Immersif expérientiel	X	825
	Construction physique éphémère	X	825
	Live	X	290
12	INNOVATION		
	Presse	X	280
	Affichage & Communication extérieure	Х	280
	Digital	Х	485
	Film	210	485

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



A l'unité

 Campagne (3 travaux ou plus)

Cliquez sur chaque catégorie pour accéder au détail.

13	GRANDES CAUSES	€НТ	€НТ
	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
	RESPONSABILITÉ SOCIAL DES ENTREPRISES		
	Film	485	1350
	Radio	210	600
	Presse & Affichage	285	800
	Digital	485	1350
	Activation	X	810

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

<sup>\*</sup> Nouveau talent : travail réalisé durant les 3 premières années d'activité professionnelles

# Production

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



• A l'unité

• Campagne (3 travaux ou plus)

Vous avez la possiblité de vous inscrire dans plusieurs catégories

19	BRANDING DESIGN	€HT	€НТ
	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
	Oréation de caractères	X	60
	1 style, fonte, graisse unique	X	110
	Lettrage: nouveau talent *	X	85

			r
20	DESIGN ANIMÉ & MOTION	€HT	€НТ
	DESIGN ANIMÉ		
	Motion design	250	×
	DESIGN TV		
	Habillage global de chaines	х	800
	Habillage global d'évènements	x	500
	Bande annonce filmée	250	х
	Bande annonce montée	250	х
	Jingle/ident	х	250
	Générique	220	х

		1	
21	GRAPHIC DESIGN	€HT	€НТ
	ÉDITION - PUBLICATION GRAND PUBLIC		
	Nouveau journal, nouvelle formule	60	x
	Couverture, Une magazine / quotidien	60	х
	Consumer magazine, inflight, business	60	х
	Catalogue	60	х
	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	€НТ	€НТ
	Concours Étudiants	X	90

<sup>\*</sup> Nouveau talent : travail réalisé durant les 3 premières années d'activité professionnelles



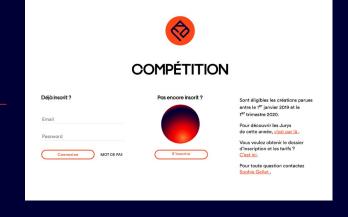
# Inscription des travaux et mot de passe

— 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...

Eléments et dossiers à envoyer à l'adresse suivante :



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.

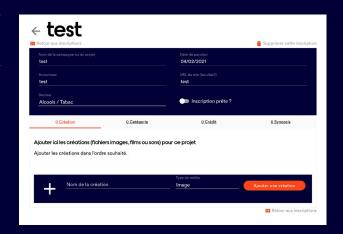
erver, honorer & inspirer



# Créer une inscription

# Étape 1: créations

— Identifier et télécharger les fichiers images, vidéos et/ou audio. — Ajouter autant de fichiers que nécessaire.



#### Matériel demandé

#### **IMAGES**

- Format JPEG, Couleurs RVB
- Résolution : hauteur et largeur : entre 2000 (min) et 4000 px (max), Poids : 5 Mo max.

#### **VIDÉOS**

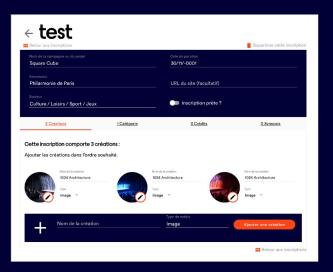
- Format Mp4 H264
- Résolution Full HD 1920 X 1080 px Durée maximale : 5 min (300 secondes)
- 8 images JPG d'aperçu du film, homothétique à la vidéo, hauteur et largeur de 4000 px maxi, 1080 px mini.
- Optionnel : si le film fait plus de 30 secondes, prévoir une version courte de même résolution,
- 30 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)

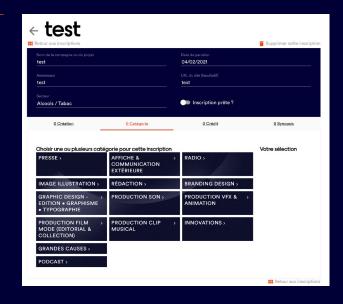
— Les jurés jugeront en priorité les éléments de création de la campagne : site, bannière, stunt...qui seront complétés par un «case» de préférence en Français (version anglaise acceptée)





# Étape 2 : choix des catégories

- Choisissez la catégorie dans laquelle vous soumettez votre campagne.
- Une campagne peut être inscrite dans plusieurs catégories différentes.



# Étape 3 : crédits

Oréditez 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 les savoir-faire contribuent directement à la création de valeur artistique.

# Retour aux inscription Nom de la campagne ou du projet test Outre de parodise Itest East Outre de parodise Outre de parodise Outre de parodise Outre de parodise Itest Outre de parodise Outre

# Étape 4 : synopsis

— Problématique, réponse, solution 800 signes maximum. Ces éléments pourront être publiés dans le livre.

#### Commentaire

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





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

#### **Commentaires**

- Numéroter 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.
- Numéroter 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..)



- 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.

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

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

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

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.

#### **BRANDED UTILITY**

**Gaming**: jeux de marque online ou sur app mobile.

Services digitaux : services qui

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

#### **TECHNOLOGIE & INNOVATION**

**Installation digitale** : installation interactive ou immersive

**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.

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



- 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.

Veuillez 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...



 Mp3 fichiers numérotés dans l'ordre de présentation souhaitée

-1 visuel/Jpeg du podcast

#### **Commentaires**

— Nommer et numéroter les fichiers par ordre de présentation souhaitée

#### 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.

#### Presse

#### **Affichage**

# . ....

#### Radio, Podcast

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

**Édition** : rédaction corporate, rédaction éditoriale

**Design** : création de nom de marque, écriture, édition

# 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



— 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 publicité

**Luxe**: photographie pour la mode, beauté, bijouterie, couture horlogerie, etc..

**Edition**: brochure, magazine d'entreprise, rapport annuel, catalogue, livre d'entreprise etc

**Edito** : photographie de mode pour la presse

Carte blanche: projet photogra-

phique libre pour une marque : carte blanche, prix, exposition, mécénat...)

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 concurrence de 4 dossiers.

# Images / Illustration (Print & digital)

**Publicité** : illustration pour la publicité

**Presse**: illustration pour la presse mag, cuturelle, information, presse quotienne

**Edition**: brochure, magazine d'entreprise, rapport annuel, catalogue, livre d'entreprise...)

**Packaging**: print (coffret, embalages 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 concurrence de 4 dossiers.



- 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, aui 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 dispotif technique ou digital.

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

Film: clip, achat d'espace...

Préserver, honorer & inspirer 17



- 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.
- Numéroter 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
- 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.

# Film (craft) / 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-àporter ou streetwear.

**NB2**: Les films parfum, cosmétique et joaillerie doivent être inscrits en catégorie Oraft 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.



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

— Prévoir 6 images Jpg d'aperçu du film, homothétiquee 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

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).

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

#### **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).

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.

19



#### **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.

**Identité sonore :** son ou ensemble de sons créés pour permettre d'identifier une marque ou une entreprise.

**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. 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



 Film de présentation du dispositif 2mn max et/ou images du dispositif 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 soumisent à la compétition du Club bénéficieront d'une réduction au D&AD. (Contacter le Club)

#### **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.

# Branding / Design 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.

#### Packaging food - boisson

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

#### **Technologie**

#### **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**

CRÉATION DE CARACTÈRES (CAMPAGNE 3 TRAVAUX ET PLUS)

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

#### Matériel à fournir

CRÉATION DE CARACTÈRES— 1 jeu d'impression format A3

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

Préserver, honorer & inspirer

21



#### **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 évènement 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 lingles 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...)



#### SÉRIES DE JINGLES PUB ET/OU IDENTS

- 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 festivalsmusique, cinéma, etc.) et openers (studio, maison de production, distributeur de cinéma...)



— 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 ODA
- 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)

# **Graphic Design**

#### **ÉDITION - PUBLICATION GRAND PUBLIC**

Nouveau journal, nouvelle formule

monographies, livres d'art...

Couverture, Une magazine /

Catalogue: expositions,

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 II 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 shorlistées viendront départager les gagnants.

Classement: 1er, 2e, 3e

**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 shorlistées viendront départager les gagnants.

Classement: 1er, 2e, 3e

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

réserver, honorer & inspirer 25



#### 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° étage).
Contacter le club avant envoi.

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

#### 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 partenarires.

#### **Paiement**

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

Tavaux • Publication • Résultats • Paiement • Édition 53 • Club des D.A • Année 2021/2022

éserver, honorer & inspirer 26



#### LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES