



LE
CLUB
DES
D.A

C

D

A

#52

p.03	—	Éligibilité
p.05	—	Clôture des inscriptions
p.06	—	Catégories et Tarifs
p.09	—	Inscription & matériel
p.12	—	Définition des catégories
p.25	—	Prix spéciaux
p.26	—	Envoi des travaux par courrier
p.26	—	Publication des résultats
p.26	—	Conditions de règlement

ÉLIGIBILITÉ

Travaux parus au cours de la période 2020 / 2021 : entre le 1er Avril 2020 et le **30 Avril 2021**.

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.

Éligibilité alternative pour certaines sous catégories (podcast, illustration , photo, etc) : Vous rapprocher du Club. Les œuvres / travaux réalisées mais non parues pour cause de Covid restent éligibles à la compétition

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 automatique-ment par notre portail. A 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).

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.

Éligibilité •
Participation
• Jury •
Édition 52
• Club des
D.A • Année
2020/2021

NOUVEAUTÉS

CATÉGORIE DIRECT

Dans le cadre de notre partenariat avec La Poste , 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 par courrier**.

NOUVELLES SOUS CATÉGORIES

3 nouvelles sous catégories viennent enrichir la compétition :

Pôle Design :

Catégorie Design animé : motion design

Pôle Production :

Catégorie Habillage sonore

Catégorie Identité sonore

NOUVEAUX TALENTS

Pôle Publicité :

Les 2 membres du team doivent avoir 3 ans d'expérience professionnelle en agence hors stage

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.

PRIX SPÉCIAUX

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

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 œuvres.

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



1^{ère} deadline

15% de remise avant
la 1^{ère} deadline*

Clôture définitive

25% de majoration après
la 1^{ère} deadline*

■ 01 Publicité & Communication

Affiche & Com. ext.	07 Mars 2021	31 Mars 2021
Presse	07 Mars 2021	31 Mars 2021
Podcast	07 Mars 2021	14 Avril 2021
Grandes causes	07 Mars 2021	20 Avril 2021
Digital	07 Mars 2021	20 Avril 2021
Rédaction	07 Mars 2021	06 Avril 2021
Films	07 Mars 2021	20 Avril 2021
Radio	07 Mars 2021	11 Avril 2021
Événementiel	07 Mars 2021	27 Mai 2021
Innovation	07 Mars 2021	27 Mai 2021
Direct	07 Mars 2021	29 Avril 2021
Images-Photo	18 Avril 2021	17 Mai 2021
Images-Illustration	18 Avril 2021	17 Mai 2021

■ 02 Production

Clip musical	21 Mars 2021	28 Mars 2021
Film Mode	21 Mars 2021	01 Avril 2021
Son	21 Mars 2021	06 Avril 2021
VFX & Animation	21 Mars 2021	07 Avril 2021
Craft Films	21 Mars 2021	18 Avril 2021

■ 03 Design

Branding Design	19 Avril 2021	25 Avril 2021
Graphic Design	19 Avril 2021	18 Mai 2021
Design & Motion	19 Avril 2021	10 Mai 2021

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

* Remises et/ou majorations seront directement appliquées sur la facture.



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	50	140
Magazine	230	650
Quotidienne	230	650
Innovation	230	230
02 AFFICHE & COMMUNICATION EXTÉRIEURE		
Culturelle	50	140
Réseau	230	650
Tactique	230	650
Digital	230	650
Événementiel	650	650
Innovation	650	650
03 FILMS		
Télévision	390	1100
Cinéma	390	1100
Digital	390	1100
Trailer Jeux vidéos	390	1100
Bande annonce	200	200
04 DIGITAL		
WEBSITES		
Sites e-commerce	600	600
Sites produits	600	600
PUBLICITÉ EN LIGNE		
Pré Roll	200	200
Bannières	200	200
SOCIAL MEDIA & INFLUENCEURS		
Campagne virale	390	390
Activation social media	390	390
Utilisation d'influenceurs	600	600
Utilisation des tendances digitales	600	600
BRANDED UTILITY		
Gaming	390	390
Services digitaux	390	390
TECHNOLOGIE & INNOVATION		
Installation digitale	390	390
Utilisation de la technologie	200	200
Innovation	390	390
05 DIRECT		
Campagne globale	x	650
PR	x	650
Activation digitale	x	650
Mailing et E-mailing	230	230
Ambiant	230	650
Presse & Poster	230	650
Innovation	x	650
06 RADIO		
Message radio	90	x

07 PODCAST	€HT	€HT
Fiction	x	90
Documentaire	x	90
Solo caste	x	90
Brand content	x	90
08 IMAGES-PHOTO		
Publicité	90	260
Luxe	90	260
Édition	90	260
Édito	90	260
Carte blanche	90	260
Inspiration	90	260
09 IMAGES-ILLUSTRATION		
Publicité	90	260
Presse	90	260
Édition	90	260
Packaging	90	260
Scénographie	90	260
Animée	90	260
Inspiration	90	260
10 RÉDACTION		
Presse	170	x
Affichage	170	x
Film	170	x
Radio-Podcast	170	x
Digital	170	x
Édition	170	x
Design	170	x
11 ÉVÉNEMENTIEL		
Hors dispositif réseau	660	660
Immersif expérientiel	660	660
Construction physique éphémère	660	660
Live	235	235
12 INNOVATION		
Presse	230	230
Affichage & Communication extérieure	230	230
Digital	390	390
Film	170	390

* 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	390	1100
Radio	170	500
Presse & Affichage	230	650
Digital	390	390
Activation	650	650
ORGANISME D'ÉTAT		
Film	390	1100
Radio	170	500
Presse & Affichage	230	650
Digital	390	390
Activation	650	650
RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES		
Film	390	1100
Radio	170	500
Presse & Affichage	230	650
Digital	390	390
Activation	650	650

Production

14 FILM PUBLICITAIRE	€HT	€HT
Film publicitaire	170	500
Réalisation comédie	170	500
Direction de la photographie	170	500
Direction artistique	170	500
Montage	170	500
Nouveau talent *	85	x
15 CLIP MUSICAL		
Conception & Réalisation	100	x
Direction de la photographie	100	x
Direction artistique	100	x
Montage	100	x
Nouveau talent *	70	x
16 SON		
Réalisation (bande son)	130	x
Musique originale	130	x
Musique synchronisée	130	x
Identité sonore	130	x
Habillage sonore	130	x
Nouveau talent *	70	x

17 FILM MODE	€HT	€HT
Conception & réalisation	100	x
Direction de la photographie	100	x
Direction artistique	100	x
Montage	100	x
Nouveau talent *	70	x
18 VFX & ANIMATION		
Réalisation Animation	130	x
Animation 3D	130	x
Animation 2D	130	x
VFX	130	x
Nouveau talent *	70	x

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



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	390
Design global de marque commerciale	x	390
Design d'identité visuelle	x	390
Naming	x	390
DESIGN DE PACK		
Packaging food	x	390
Packaging beverages	x	390
Cosmétiques & Parfums	x	390
Technologie	x	390
DESIGN D'ESPACE		
Espaces commerciaux	x	390
Entreprises	x	390
Espaces culturels	x	180
Signalétique	x	180
CRÉATION DE CARACTÈRES		
Lettrage, logotype	x	50
Création de caractères	x	90
1 style, fonte, graisse unique	x	50
Lettrage : nouveau talent *	x	70

21 GRAPHIC DESIGN	€HT	€HT
ÉDITION - PUBLICATION GRAND PUBLIC		
Nouveau journal, nouvelle formule	50	x
Couverture, Une magazine / quotidien	50	x
Consumer magazine, inflight, business	50	x
Catalogue	50	x
PUBLICATION INSTITUTIONNELLE		
Rapport annuel	170	x
Livre d'entreprise	170	x
Dossier de presse	50	x
PUBLICATION DIGITALE		
Business to Business	50	x
Business to Customers	50	x
GRAPHISME		
Culturel	50	140
Muséographie	50	140
USAGES TYPOGRAPHIQUES		
Usage typo en publicité imprimée	x	235
Usage typo en mouvement	x	235
Usage typo en édition, presse	x	170
Usage typo en numérique	x	170

20 DESIGN ANIMÉ & MOTION	€HT	€HT
DESIGN ANIMÉ		
Motion design	200	x
DESIGN TV		
Habillage global	x	400
Bande annonce filmée	200	x
Bande annonce montée	200	x
Jingle / ident	x	200
Générique	180	x

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

Concours Étudiants

22 ÉCOLES DE MARKETING	€HT	€HT
Concours Étudiants	x	70



Inscription des travaux et mot de passe

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 DIRECTEURS ARTISTIQUES

Compétition 52

40, Bd Malesherbes

75 008 Paris

A l'attention de Sophie GELLET

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.

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

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.

Étape 4 : synopsis

- Problématique, réponse, solution 800 signes maximum.

Ces éléments pourront être publiés dans le livre.

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

PréRoll : 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.

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.

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...dans le cadre du partenariat La Poste.

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, lancement 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 fichiers numérotés dans l'ordre de présentation souhaitée
- 1 visuel / Jpeg du podcast

Commentaires

- Nommer et numéroté 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

REDACTION —

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

Film

Radio, Podcast

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

Édition : rédaction corporate, rédaction éditoriale

Design : création de nom de marque, écriture, édition

EVENEMENTIEL —

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 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 photographique 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, culturelle, information, presse quotidienne

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

Packaging : print (coffret, emballages 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.

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 communication venant d'une association ou d'un organisme d'état ou toute communication d'un annonceur dans une démarche RSE dont le message central ne porte pas sur un produit ou la marque mais sur la résolution d'une grande cause sociétale ou environnementale.

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

ASSOCIATION - ORGANISME D'ÉTAT - REPSONSABILITÉ 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.
 - Numéroté 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
- Numéroté 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-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 DESIGN – 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). Critère 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.

Commentaires

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
- Numéroté 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

Habillage sonore : créé pour une chaîne TV, une radio ou un podcast. Cela peut-être l'habillage sonore d'un générique, d'une émission, d'une chronique, d'une bande-annonce...

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.

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.

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

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 dans les éléments.
- Possibilité de présenter le making of du projet.

Habillage global

- Démon 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 démon.
- La bande son doit être la bande originale créée ou utilisée pour l'habillage.
- Attention, cette sous-catégorie ne concerne pas les habillages d'événements (Noël, été, opérations spéciales ou programmation spéciale).

Bande annonce filmée / montée

- 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 —

DESIGN ANIMÉ (MOTION DESIGN)

Motion design : design animé tous formats de films : 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 (concept), qu'il s'agisse du logo et/ou de la grammaire graphique de la marque.

DESIGN TV

Habillage global de chaîne : ensemble des éléments identitaires de la chaîne : BA, packshots, jingles pub, idents, modules corporate, exemples de déclinaison print et digitale le cas échéant.

Habillage global d'événements (ex. habillage été, Noël, opération spéciale...) : ensemble des éléments identitaires pour promouvoir un événement du calendrier ou de la programmation de la chaîne 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 : bande annonce n'utilisant pas d'images du programme

Bande annonce montée : bande annonce utilisant des images du programme

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

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 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

- Jpeg
- Nommer et numéroter dans l'ordre d'apparition souhaité
- Synopsis explicatif des choix et usages prévus des caractères. 800 signes max.
- Exemple d'utilisation dans le contexte en précisant les champs d'intervention, ses limites.

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 Création de caractères

- 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)

GRAPHIC DESIGN —

ÉDITION - PUBLICATION GRAND PUBLIC

Nouveau journal, nouvelle formule

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

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

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 mouvement

En édition, presse

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 : 30 avril 2021

Les ouvrages pourront être renvoyés aux auteurs

Merci d'indiquer vos coordonnées et la catégorie concernée

PRIX SPÉCIAUX

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.

Éligibilité : 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.

Éligibilité : 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}

Prix
spéciaux •
Annonceur
de l'année •
Créatif de
l'année •
Club des
DA
• Édition 52

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)

A 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 partenaires.

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

Tel 01 47 42 18 51 ou 06 80 26 40 64

Tavaux • Publication •
Résultats • Paiement •
Édition 52 • Club des D.A. •
Année 2020/2021



LE
CLUB
DES
D.A

JCDecaux



LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS

LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES

40, Bd Malesherbes, 75008 Paris / 01 47 42 29 12 - 06 37 22 97 88
sophie.gellet@leclubdesad.org / www.leclubdesad.org
Association régie par la loi de 1901 / SIRET 784 672 537 00049 - TVA FR89 784 672 537



packshot mag

