



EDITION
51
PRIX DESIGN

D

A

LE
CLUB
DES
D.A

MANIFESTO

Être utile et désirable.

Voilà l'objet du design depuis que le design existe.

Voilà ce qu'attendent les consommateurs depuis qu'ils sont avant tout devenus citoyens.

Depuis qu'ils ont placé les marques dans leur viseur.

Depuis qu'ils refusent d'être pris pour des cibles sur lesquelles on tire au fusil à lunette... Juste retour des choses.

Le design s'impose depuis vingt ans comme une discipline stratégique. C'est l'un des piliers des métiers de la communication et l'un des champs les plus créatifs et les plus innovants.

Il est temps que se rassemblent toutes les filières des arts appliqués pour que s'exprime pleinement la créativité française. Une créativité holistique, pleine d'esprit, de résistance et d'impertinence.

Il est temps que se retrouvent celles et ceux qui exercent leurs talents seul.e.s ou en agence, qui

bossent pour des théâtres ou des multinationales, pour des associations ou pour des institutions. Identité, signalétique, espaces, packaging, interface, habillage et broadcast, typographie, édition, graphisme expérimental... bref, pour tout ce qui se dessine à dessein.

L'exigence créative n'a pas de frontière et toutes ces disciplines en sont un formidable vecteur. Elles dessinent notre monde pour qu'il soit un peu plus aimable, un peu plus accueillant, un peu plus bienveillant, un peu plus fonctionnel, un peu plus lisible, un peu plus inclusif et beaucoup plus beau.

Sympa, non, notre job ?

Il est temps qu'il tienne toute sa place au sein du Club, nous l'accueillons à bras ouverts.

C'est pour cela que vous devez en être.

La création vous le rendra !

OBJECTIF DES PRIX DESIGN DU CLUB

Présenter le meilleur de la production française

Récompenser la qualité des projets.

Encourager les talents émergents et référents

Produire un palmarès inspirant de qualité.

Pour cela, le Club des DA accorde :

- Un droit de curation et parrainage aux jurés
- Un droit de parrainage pour les membres du Club à concurrence de 4 travaux
- Une tarification minimale pour entrer dans la compétition

Il est destiné à promouvoir des auteurs et leurs travaux dans le cadre d'une commande.

Manifesto •

Objectifs •

Jury • Édition

51 • Club des

D.A • Année

2019/2020

COMMENT PROCÉDER ?

- 1 — Identifier les dossiers et les auteurs
- 2 — Communiquer le lien d'inscription :
<https://competition.leclubdesda.org>
- 3 — Faire suivre les références à sophie gelles les coordonnées des auteurs
- 4 — Le Club adressera un mail en votre nom pour inscription des dossiers sur notre plateforme.

Procédure • Parrainage

Le jury se réunira le :

21 avril pour Branding Design

22 avril pour Grapic Design

La cérémonie de remise des prix aura lieu le 4 juin. Cette cérémonie est réservée en priorité aux membres du Club primés et jurés

Prenez place au sein du Club : devenez membres

— <https://membres.leclubdesda.org/>

Gilles deleris, Vice président du Club des DA
En charge du pôle Design et concours Etudiants

Emmanuelle Lacaze,
P/O Le bureau du Club des Directeurs Artistiques,
Design, Branding et motion Design

PARRAINAGE

Les membres du Club pourront parrainer à concurrence de 4 dossiers

Ce parrainage exceptionnel confirme les intentions du Club de réunir les communautés sous un label de qualité : celui du Club des DA

Dates •

Cérémonie •

Jury • Édition

51 • Club des

D.A • Année

2019/2020

Graphic
Design

— Elodie Boyer

— Jérémie Barry

Violaine Orsini & Jérémy Schneider

Jonathan Wilson

Marion Laurens & Linda Ouidir

Diane de Noyelles

Christophe Burine

Pierre Jeanneau

Branding
Design

— Joachim Roncin

Jean-Jacques Charrais

Marion Livran

Florence Lipszyc

Ilya Naumoff

Reza Bassiri

Olivier Schaack

Sarah Kahn

ÉLIGIBILITÉ

Travaux parus au cours de la période 2019 / 2020 : du 1er Janvier 2019 au **31 Mars 2020**.

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 inscription.

Un bon de commande est généré automatiquement par notre portail. A adresser au Club : Michèle Gross
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).

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

Éligibilité •

Participation

• Jury •

Édition 51

• Club des

D.A • Année

2019/2020



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.



Matériel à fournir

Habillage global

- Démo (vs. case study) contenant exemples de BA, de packshots, de jingles pub et/ou idents, de modules corporate, d'exemples de déclinaison print et digital le cas échéant.
- Pas de cartons d'explication ni de voix off dans la démo.
- Spécifier sur le carton de présentation si la bande son est originale ou pas.

Bandes annonces

- Bande annonce telle qu'elle a été diffusée à l'antenne, et, le cas échéant, les différents formats déclinés de cette BA.

Jingle / Ident

- Si jingles pub seulement : bout à bout de maximum 8 jingles pub.
- Si idents seulement : bout à bout de 8 idents maximum.
- Si jingles pub et idents déclinés de la même idée, bout à bout de 4 jingles et de 4 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.

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.
-

BRANDING DESIGN —

TV, BROADCAST & MOTION DESIGN

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

Bande annonce filmée : bande annonce n'utilisant pas d'images du programme

Bande annonce montée : bande annonce utilisant des images du programme

Jingle / ident

Générique : 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...)

Motion design : design animé tous formats de films : films publicitaires, vidéo clips, vidéos et infographies didactiques, films institutionnels...

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

- 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 à compter du 1^{er} Juin : 2 pour les jurys - 1 pour exposition / présentation lors de la cérémonie de remise des prix.



LE
CLUB
DES
D.A



LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES

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



packshot mag

