



EDITION  
51

D

A

LE  
CLUB  
DES  
D.A

- p.03 — Éligibilité
- p.05 — Clôture des inscriptions
- p.06 — Inscription & matériel
- p.09 — Définition des catégories
- p.21 — Prix spéciaux
- p.21 — Annonceur de l'année
- p.22 — Envoi des travaux par courrier
- p.22 — Publication des résultats
- p.22 — Conditions de règlement

## 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

## LES NOUVEAUTÉS

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 communications autour des objets portés ou envoyés par courrier.

Les jeunes talents pro re mis à l'honneur dans le cadre des prix spéciaux (p.19).

La Création d'une catégorie Podcast (voir page 12).

Un pôle image étoffé intégrant La Galerie du Club au sein du jury Images Photo et jury Illustration.

Un pôle production qui valorise toujours plus les métiers, filières et savoir-faire français.

les nouveautés • Édition  
51 • Podcast • Année  
2019/2020 • La poste  
• Jeunes Talents • Pôle  
image • Pôle productio



**Publicité &  
Communication - 01**

---

Presse : clôturé  
Affiche & Com. extérieure : clôturé  
Films publicitaires : clôturé  
Digital : clôturé  
Direct : clôturé  
Radio : clôturé  
Podcast : clôturé

**Design  
Branding Design  
Graphic Design - 02**

---

Branding design : 15 Avril  
TV, Habillage, Broadcast & Motion  
design Édition / Graphisme /  
Typographie : 15 Avril

**01 - Publicité &  
Communication**

---

Photo : 24 Mai  
Illustration : 24 Mai  
Rédaction : clôturé  
Événementiel : 3 Mai  
Innovation : 8 Mai  
Grandes causes : clôturé

**03 - Production**

---

Craft Films publicitaires : 12 Avril  
Clip musical : 12 Avril  
Son : 13 Mars  
Films Mode : 12 Avril  
VFX & Animation : 12 Avril

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



L'inscription est à faire obligatoirement via la plateforme

<https://competition.leclubdesda.org/>

— 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 51

40, Bd Malesherbes

75 008 Paris

A l'attention de Sophie GELLET

En indiquant vos coordonnées ainsi que la catégorie concernée.



## Inscriptions

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

Vous pouvez aussi utiliser l'ancien mot de passe

— Après connexion , suivre les indications

## Créer une inscription







## Étape 1 : créations

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

### 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 même campagne peut être soumise dans plusieurs catégories.

---

## Étape 3 : crédits

---

- Renseignez les personnes ou structures à créditer pour l'inscription.
- Ces informations seront reprises à l'identique pour toutes les publications. 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  
cat. « culturelle »  
pourront être  
présentées  
gracieusement en  
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

— Synopsis de 800 signes max.  
Le synopsis doit être adapté à la sous catégorie et non une redite en cas de multi-entrées.

## PRESSE —

**Culturelle** : théâtre, cinéma, exposition...

Magazine, quotidienne : insertion : insert au format presse jeté ou relié

**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).

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..)

Trailer Jeux vidéos Bande annonce filmée ou montée



---

## Matériel à fournir

---

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

## 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 campagne, 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.

Veuillez inclure vos moyens d'adressage, courriers, 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.

**Digital / Direct activations** : les entrées de cette catégorie doivent présenter une communication en ligne ciblée avec un mécanisme d'incitation à l'action ou de réponse clairement identifiable. Ceci n'est pas exclusif à l'activité de vente au détail en ligne et peut inclure des plates-formes «sans achat». Y compris les sites Web, microsites, moteurs de recherche, bannières publicitaires, marketing par courriel, points de vente numériques, etc.

**Direct Social Média** : Utilisation des réseaux sociaux, dans le cadre d'une campagne de marketing direct.

Campagnes de marketing direct, utilisant des auditoires sociaux pour créer et /ou améliorer les relations/échanges, avec une communauté / les consommateurs.

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

**Direct Social Média. 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.**
  - 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** : Podcast natif de commande ( commandé par un annonceur ou un diffuseur dans le cadre d'un contrat commercial )

**Documentaire**

**Fiction**

**Talk / Solo cast** : monologue de l'animateur sur un sujet d'intérêt pour le public.

## 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 : 1/3 - 2/3 - 3/3 etc
- 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

## PHOTO — (Print & Digital)

- Publicité** : photographie pour la publicité
- Luxe** : photographie pour la mode, beauté, bijouteries, 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.

## ILLUSTRATION — (Print & Digital)

- Publicité** : illustration pour la publicité
- Presse** : illustration pour la presse mag, culturelle, information, presse quot
- Luxe** : illustration pour le luxe
- 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 11.

— Synopsis adapté à la catégorie

---

## Commentaires

---

— Film de présentation pour les catégories Digital et Activation

---

---

## Matériel à fournir

---

— Voir format de fichier selon média présenté page 11.

---

## Commentaires

---

— Synopsis de présentation de l'innovation.

---

## GRANDES CAUSES —

**Définition :** « Toute campagne qui communique de façon tactique, ponctuelle, opportuniste autour d'un problème sociétal précis, qui ne peut :  
- ni être considéré comme le socle central de son action au quotidien,  
- ni avoir pour objectif de vendre un produit / une offre existante et ce même si elle est en lien avec la thématique de ses produits / de son marché. »

Les campagnes «**Grandes Causes**» ne peuvent pas être présentées dans des catégories publicité & communication : films, presse, affichage, radio, podcast, digital, direct. En revanche, elles peuvent être présentées dans les catégories Craft : rédaction, photo, illustration, production.

## ASSOCIATION - ORGANISME D'ÉTAT - REPONSABILITÉ SOCIALE DS ENTREPRISES

**Film**

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

**Presse & Affichage**

**Digital** (hors événement physique)

**Activation**

## 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

---

— 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<sup>er</sup> Juin : 2 pour les jurys - 1 pour exposition / présentation lors de la cérémonie de remise des prix.



---

## 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.
  - 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 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 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 + Styliste : éléments objectifs de l'image

### Montage

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

## CLIP —

**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 —

**Définition** : 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.

Direction de la photographie est 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 est à prendre au sens du «Art Direction» anglais, à savoir Décoration + Stylistique. Les éléments objectifs de l'image.

Nouveau talent est 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 —

Pour la sous-catégorie Réalisation Animation

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

Pour les autres sous-catégories : tout film appartenant à l'une des trois catégories précédentes.

Pour cette catégories 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.

**NB** : Pour les films 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).



---

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

## 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 leur 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 & Habillage sonore : sonal ou musique utilisée de manière transversale dans toutes les prises de parole d'une marque. Minimum 2 projets sur 2 médias différents.

### Nouveau talent

Pour cette catégorie 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/

Pour toute question complémentaire, n'hésitez pas à nous contacter.

## PRIX SPÉCIAUX

- À l'issue de la compétition, les membres du bureau et présidents de catégories, sur invitation du Club, se réuniront pour élire parmi les primés et sélectionnés les prix spéciaux (rouge, blanc, bleu).
- En cas d'égalité, les bleus et les blancs départageront les candidats, puis les sélections. Seuls sont récompensés les auteurs des campagnes.
- Les résultats seront dévoilés au cours de la cérémonie de remise des prix qui aura lieu début juin.

## JEUNES TALENTS PROS DE L'ANNÉE

Seul le cumul des sélections est pris en compte pour le palmarès jeunes talents pro de l'année. Les 2 membres du team doivent avoir 3 ans d'expérience professionnelle en agence hors stage.

## CRÉATIFS DE L'ANNÉE

Sont pris en compte les travaux primés en cumul des prix (rouge, blanc, bleu) toutes filières confondues.

## ANNONCEUR DE L'ANNÉE

- Sont pris en compte les travaux primés toutes filières confondues. Le cumul des prix (rouge, blanc, bleu) est pris en compte pour le palmarès créatif de l'année.
- Pour être éligible à Annonceur de l'année il faut à minimum 1 boule rouge sur 2 travaux différents. Tous les sujets sont étudiés : typo, design, site internet, étalonnage, montage d'un film, photo, réalisation, direction artistique etc...
- Les critères pris en compte sont la capacité à innover et surprendre, renouveler les codes d'une marque, d'un secteur ou d'un type d'expression.

Prix  
spéciaux •  
Annonceur  
de l'année  
• Créatif  
de l'année  
• Jeunes  
talents pros  
de l'année •  
Édition 51 •  
Club des  
DA

## 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<sup>e</sup> 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 RS.

Les résultats seront dévoilés au cours de la cérémonie de remise des prix qui se tiendra début juin.

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](mailto:michele.gross@leclubdesad.org)

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

Tavaux • Publication •

Résultats • Paiement •

Édition 51 • Club des D.A. •

Année 2019/2020





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

