

Club des DA : coup d'envoi de la compétition 2010

création

12/11/2009 - Un Club plus corporatiste que jamais et une diversité des métiers davantage célébrée. Avant la sortie du book annuel, Bertrand Suchet, président du Club des directeurs artistiques, revient sur la compétition 2010.

C'est dans les violentes tempêtes que l'on reconnaît les grands capitaines. En fin régatier, Bertrand Suchet, le fondateur des Nioulargues de Saint-Tropez, sait que quand la mer se déchaîne, mieux vaut tenir ferme le cap. Pour le président du Club des directeurs artistiques, pas question de flancher alors que les agences et leurs salariés subissent encore les effets de la crise. Le chantier qu'il a entamé il y a deux ans se poursuit. Il en rappelle l'objectif : *«Ce qui reste toujours, quel que soit le contexte, c'est le savoir-faire, le talent, le métier. Le Club, c'est cette réunion de talents, avec toute la diversité des métiers de la publicité.»*

Un brin corporatiste, Bertrand Suchet ? Affirmatif... et pas qu'un peu. En témoigne le prochain annuaire (voir encadré) et la préparation de la 41^e compétition du Club, dont les inscriptions sont ouvertes depuis le 1^{er} septembre et jusqu'au 31 décembre. *«Ce qui importe aux créatifs, c'est d'être reconnus par leurs pairs»*, poursuit Bertrand Suchet, qui dénonce la multiplication des *«prix et compétitions paillettes à but purement lucratif»*. Avec le Club, les créatifs sont jugés par les meilleurs. Les présidents de jurys des quinze catégories ont tous largement fait leurs preuves dans leurs métiers respectifs.

Une évolution sans reniement

Jorge Carreno (Young & Rubicam) présidera le jury presse, Chris Garbutt (Ogilvy) celui de l'affichage, Robert Delpire (.....) la photo, Alain Vauthier (France Télévisions) l'habillage TV, Christophe Corsand (Leo Burnett) la radio, Bo Helleberg (Tribal) le digital, Guillaume Chiffot (BDDP & Fils) le jury intégré, Thierry Reboul (Ubi Bene) l'événementiel, Frédéric Planchon (.....) le jury techniques TV, Neville Brody (Research Studio) le design, Alexandre Hervé (DDB Paris) le jury TV Cinéma, sans oublier Guillaume Van der Stighelen (Duval Guillaume Bruxelles) en catégorie direct et Joey Starr, qui succède à Yelle pour présider le jury clips. À l'heure où nous bouclons, seul le président du jury édition restait à confirmer. Au total, ce sont près de cent quarante-deux jurés qui devront plancher sur les campagnes 2009.

Côté catégories, *«on évolue, mais on ne se renie pas»*, explique Bertrand Suchet, qui estime qu'avec quinze catégories, la diversité des métiers de la publicité est assez bien représentée.

Deux catégories ont fait l'objet d'une attention particulière cette année : le digital, qui compte à présent onze sous-catégories, dont la navigation ou le motion design. *«Le digital, c'est plus de travail, plus de critères d'appréciations»*, explique Bertrand Suchet. Idem en direct, avec huit sous-catégories, dont les applications (Iphone et mobile), les street et guerrilla marketing. Enfin, le succès de la compétition étudiants (600 inscriptions l'an dernier) a nécessité quelques changements : le brief, délivré prochainement pour un rendu le 5 février 2010, est déployé pour cinq catégories (digital, design, publicité, réalisation et édition). Seul hic : elle devient payante (10 euros le brief). En contrepartie, pour mieux valoriser les lauréats, les étudiants auront une remise des prix séparée.

Le Book : retour aux vraies valeurs

Exit l'«objet»: le coffret en carton qui avait marqué les quarante ans du Club des directeurs artistiques a fait long feu. Le 40^e annuaire est un épais bouquin édité chez Pyramid et confié cette année aux soins de Thomas Lenthal (Paradis), qui présidait l'an dernier le jury édition. D'une austérité revendiquée, le livre ne se veut pas fantaisiste, mais utile, à la façon d'un annuaire téléphonique. Il sera remis aux membres du Club le 26 novembre à la Galerie Artcurial (hôtel Marcel Dassault, 7, rond-point des Champs-Élysées, 75008 Paris) et disponible en librairie le 1^{er} décembre, au prix de 50 euros.

Marie Maudieu

Information traitée dans Stratégies Magazine n°1565