

CDA

#CDA57

LE CLUB DES D.A.

COMMUNICATION EXTÉRIEURE & PRINT - DESIGN GRAPHIQUE - EXPÉRIENCES DIGITALES - FILMS & DIVERTISSSEMENTS - CLIP - SON - SOCIAL & CRÉATEURS - VFX & ANIMATION - GRANDES CAUSES - MOTION DESIGN - MODE & BEAUTÉ - DIRECT & ACTIVATION - INTERNATIONALE - PROD FILMS - TYPOGRAPHIE - CRAFT RÉDACTION - BRANDING DESIGN - PRODUITS DIGITAUX - DESIGN D'ESPACES - CRAFT DA - CRAFT IMAGE - GRAND PRIX - PRIX SPÉCIAUX

Date limite d'inscription **31 mars 2026**
Travaux parus entre le **1er janvier 2025 et le 28 février 2026**

Compétition **Sophie Gravot sgravot@leclubdesda.org**
Factures **Michèle Gross mgross@leclubdesda.org**

SOMMAIRE INTÉRACTIF

ÉLIGIBILITÉ, PARTICIPATION & RÈGLEMENT P.4

CRÉDITS ET DROITS D'USAGE P.5

JURYS : COMPOSITION ET RÔLE P.5

CLASSEMENT ET RÉCOMPENSES P.6

LES PRIX SPÉCIAUX P.6

MATÉRIEL P.7

COMMUNICATION DES RÉSULTATS P.7

LES NOUVEAUTÉS P.8

INSCRIPTION EN LIGNE P.9

TARIFS P.10

CATÉGORIES P.18

Eligibilité

Le Club honore des individus, talents en établissant chaque année le palmarès des meilleurs créations françaises.

Sont éligibles, les travaux réalisés par des auteurs français ou auteurs travaillant pour le marché français et/ou international.

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, et parues entre le **01 janvier 2025 au 28 février 2026.**

Les travaux personnels (hors commande) sont acceptés uniquement dans les sous-catégories : Création typographique, Expériences de marque & Storytelling, Graphisme d'auteur.

L'organisation 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 pas être réinscrits, même dans des catégories différentes.

Participation & Règlement

Les inscriptions à la compétition se font en ligne via notre plateforme dédiée, du **30 janvier au 31 mars 2026.** Les agences, studios, sociétés de production, annonceurs, talents créatifs français peuvent soumettre des travaux. La compétition est payante mais vous n'êtes pas tenu d'être adhérent du Club pour y participer.

Une fois vos inscriptions terminées, vous devez sélectionner «Inscriptions prêtes» pour les valider, et éditer votre bon de commande. Une facture vous sera alors adressée par la trésorière du Club.

Votre règlement sera à effectuer à réception de facture, au plus tard le 1er avril 2026 ; en cas de non-réception du règlement, l'organisation se réserve le droit de ne pas présenter le dossier à la réunion de jury.

En aucun cas une inscription ne pourra être modifiée, annulée ou retirée de la compétition après la date de clôture, le 31 mars 2026.

Si ces étapes ne sont pas respectées, vos inscriptions ne pourront être prises en compte.

Éligibilité • Participation • Règlement • Édition 57 • Club des D.A. • 2025/2026

Crédits et Droits d'usage

Tous les éléments soumis à la compétition (images, son, vidéos, crédits, synopsis) pourront être exploités pour diffusion (présentation du palmarès, lors de la Cérémonie de remise de prix, sur les supports de communication du Club) et impression dans le livre de l'édition.

De fait, vous devez être propriétaire des droits de toute nature.
Les crédits renseignés en ligne sont comptabilisés afin d'établir les prix spéciaux. Soyez donc très vigilants sur l'orthographe du nom des talents.

Jurys : composition et rôles

Chaque jury est composé d'un.e Président.e et de 8 juré.es (dont 2 talents primés de l'édition précédente). L'équilibre de représentation, tant en matière de genres que de types d'agences, sera recherché. Le critère fondamental de sélection demeure inchangé : la légitimité acquise par le travail et les réalisations.

Les séances de jurys se dérouleront entre avril et juin 2026. Les candidatures pour les jurys doivent présenter conjointement leur candidature au Club et au responsable de la catégorie.

Le jury a pour mission de composer en ligne une première shortlist (système de notation), puis d'échanger sur chacun des projets retenus afin d'établir un palmarès (1er prix, 2è prix, 3è prix, shortlist), à partir de critères de jugement précis. Le jury décide librement de récompenser ou pas certaines sous-catégories en fonction de la qualité des travaux soumis et/ou de reclasser un dossier avec l'accord du compétiteur.

Un.e juré.e qui a travaillé sur l'un des projets, ou qui fait partie de la structure initiatrice du projet, ne peut ni assister aux échanges, ni émettre un vote.
Chaque travaux fait l'objet d'un vote secret comptabilisé via des boitiers nominatifs.

Pour cette édition, le Club s'est aligné sur les standards internationaux, permettant aux juré·e·s français·es de se familiariser avec les pratiques en vigueur à l'étranger et de renforcer leur légitimité lorsqu'ils seront amenés à représenter la création française hors de nos frontières.

Crédits • Droits d'usage • Jurys • Édition 57 • Club des D.A. • 2025/2026

Classements et Récompenses

A l'issue de chaque jury, un palmarès sur 4 niveaux (hors Grand Prix) est établi :

- **shortlist** : projet remarqué méritant la reconnaissance de l'industrie. Il fait partie du plus haut niveau parmi les candidatures et sera présenté dans le livre. **Ce niveau comptabilise 1 point.**
- **3è prix** : projet très réussi qui entre dans la catégorie des meilleurs projets de l'année et qui sera récompensé par un 3e prix lors de la Cérémonnie. **Ce niveau comptabilise 3 points.**
- **2è prix** : un travail remarquable qui dépasse les autres et digne d'être pris en considération. Projet qui sera récompensé par un 2e prix lors de la Cérémonnie. **Ce niveau comptabilise 5 points.**
- **1er prix** : décerné uniquement à un travail exceptionnel ayant une idée marquante, une réalisation aboutie, un déploiement impactant. Projet qui sera récompensé par un 1er prix lors de la Cérémonnie. **Ce niveau comptabilise 10 points.**
- **Grand prix** : La récompense créative ultime, réservée aux travaux novateurs qui auront marqués l'année. Le projet sera récompensé par un prix spécial. **Ce niveau comptabilise 15 points.**

Les Prix spéciaux

LES MEILLEUR.E.S CRÉATIFS.VES DE L'ANNÉE

Ces prix sont obtenus en cumul de points (voir paragraphe précédent), tous pôles confondus : Communication / Craft – Production - Design - Digital.

Il est donc essentiel de bien créditer les auteurs. rices des oeuvres.

Classement : 1er , 2e, 3e

Métiers primés :

Directeur.rice.s de création
(cette récompense comptabilise les ECD + DC)
Directeur.rice.s artistiques
Rédacteur.rice.s
Réalisateur.rice.s
Producteur.rice.s
Designer

L'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.

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.

Classement : 1er

Matériel

Certaines catégories nécessitent l'envoi d'éléments physiques : livres, magazines, packaging, goodies, affiche, presse, planches typo...

Eléments et dossiers à envoyer (courrier ou coursier) jusqu'au 31 mars 2026 à l'adresse suivante :

Le Club des D.A.
Compétition 57
48 rue Albert Thomas, 75010 PARIS

Du lundi au jeudi, de 10h à 18h
Contacter **le bureau** avant envoi : +33 1 48 74 15 62
Indiquez vos coordonnées ainsi que **la catégorie concernée.**

À la suite de la Cérémonnie de remise des prix, votre matériel sera à votre disposition dans les locaux du Club.

Communication des résultats

Les shortlists puis le palmarès définitif seront annoncés dans la presse et diffusés sur les outils de communication du Club des D.A. (newsletter réservée aux membres, réseaux sociaux, site).

NOUVEAUTÉS

Catégorie Internationale

Cette nouvelle catégorie ouvre la compétition à des créations mondiales. Sa singularité réside dans la composition de son jury, exclusivement constitué de créatif·ve·s français·es travaillant hors de l'hexagone. Une manière pour le Club de (re)connecter ces talents expatriés à leur pays d'origine et de renforcer son rayonnement international.

Une compétition plus accessible

Le Club soutient les jeunes talents et reconduit un tarif préférentiel de 50 €ht par inscription pour les indépendants ayant moins de cinq ans d'expérience, dans huit catégories : Craft Image (illustration & photographie), Craft D.A., Produits digitaux, Expériences Digitales, Branding design, Typographie, Design graphique et Motion design.

Grand Jury

La catégorie Excellence évolue et devient le Grand Prix du Club, la récompense la plus prestigieuse de la compétition. Ce prix distingue la meilleure création de l'année, toutes disciplines confondues. Elle sera choisie parmi l'ensemble des premiers prix de chaque catégorie et débattue collectivement par tous les Président.e.s de jurys, sous l'autorité du Président du Club.

Meilleure utilisation de l'IA

L'utilisation d'outils d'intelligence artificielle (majoritairement ou totalement) devra être précisée dans le synopsis lors de l'inscription de votre projet. Certaines catégories proposent de juger la **qualité du craft** de ces travaux (Craft Image, Craft D.A., Prod Films, Clip) et d'autres, de juger de son usage dans la **valorisation de l'idée créative** (Films, Direct Activation, Mode & Beauté...).

Mode & Beauté

La catégorie Mode intègre désormais la Beauté (produits make up, parfums et soins) créant ainsi un écosystème avec sa propre vision et ses propres codes.

Social & Créateurs

Au sein du pôle Digital, cette catégorie a pour vocation de juger et de saluer la créativité déployée sur les réseaux sociaux, leurs nouveaux usages et les écritures émergentes.

Clip

La catégorie Clip met en lumière de nouveaux talents en créant les sous-catégories Casting, Stylisme et Décors. De plus, les projets spéciaux, comme les scénographies de concerts ou les documentaires d'artistes, s'intègrent également dans cette catégorie.

INSCRIPTION EN LIGNE

La participation à la compétition se fait obligatoirement en ligne via la plateforme https://competition.leClubdesda.org/

— Connectez-vous ou créez un compte pour une première inscription.

— Après connexion , suivez les indications

Créer une inscription

— Renseigner le nom de la campagne, le nom de l'annonceur, la date de parution du projet. L'URL est facultative, elle doit être renseignée uniquement dans les cas où elle permet aux juré.e.s d'accéder au site à juger.

Étape 1 : Créations

— Nommer et télécharger les fichiers images, vidéos et/ou audios nécessaires à votre inscription.

— Les éléments seront affichés sur la plateforme dans l'ordre d'enregistrement.

— Ajouter autant de fichiers que nécessaire par rapport à la catégorie sélectionnée. Respectez bien les spécificités de chacun des éléments.

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

— 8 images JPG d'aperçu du film, homothétique à la vidéo.

— Optionnel : si le film fait plus de 30 secondes, prévoir une version courte de même résolution. Si ce « short edit » n'est pas fourni, les 30 premières secondes seront utilisées.

AUDIO

— Format Mp3 + logo de la marque au format JPEG

FILM DE PRÉSENTATION DE LA CAMPAGNE (CASE)

— Les juré.e.s 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 : Catégories

— Choisir la catégorie dans laquelle vous soumettez votre campagne ou votre projet.

— Cliquer sur la catégorie, afin de visualiser toutes les sous-catégories intégrées à celle-ci. Les créations chargées doivent correspondre à la catégorie choisie. Ces éléments doivent permettrent aux juré.e.s d'apprécier au mieux votre travail.

— Dans certains cas, il est possible d'inscrire un projet dans plusieurs sous-catégories, lorsque le matériel à fournir est identique pour chacune.

Exemples de besoins

— Digital / Direct : case + board

— Animation & VFX : film + making-of

— Son : film + audio

— Affichage/Presse : Print + in situ

Certaines catégories nécessitent l'envoi d'éléments physiques : Design graphique, packaging, goodies, design...

Eléments et dossiers à envoyer (courrier ou coursier) jusqu'au 31 mars 2026 au Club : voir détail p. 7.

Étape 3 : Crédits

— Créditer le nom des personnes et structures pour chaque inscription. Ce sont essentiellement les fonctions créatives / réalisation qui sont attendues.
— Les fonctions non renseignées ne pourront être prises en compte dans les palmarès, ni dans la comptabilité des prix spéciaux. Ces informations seront reprises à l'identique pour les publications imprimées et digitales.

— Les palmarès recensent exclusivement les auteurs et autrices des idées et tous ceux et celles dont les savoir-faire contribuent directement à la création de valeur artistique.

Étape 4 : Synopsis

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

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

CATÉGORIES ET TARIFS

Pôle Communication/ Craft

Vous avez la possiblité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- Tarif pour 1 création
- Taris pour 1 campagne (3 créations ou plus)

		€HT	€HT
01	COMMUNICATION EXTÉRIEURE & PRINT		
	COMMUNICATION EXTÉRIEURE		
	Digital	x	840
	Immersif expérientiel	x	875
	Événements éphémères	x	875
	PRINT		
	Hors dispositif réseau	x	875
	Réseau	310	840
	Tactique	310	840
	Presse	310	840
	Innovation	x	840

02	FILMS & DIVERTISSEMENTS		
	Télévision – Cinéma – Vidéo On Line	520	1420
	Digital – Mobile - Social Média	520	1420
	Clip musical	140	x
	Trailer - Bande-annonce	310	840
	Contenu éditorial	520	1420
	Formats spéciaux	730	2050

03	MODE & BEAUTÉ		
	Film	250	740
	Affichage & Presse	250	740
	Digital	250	740
	Événementiel	250	740
	Innovation	250	740
	Retail	250	740

04	DIRECT ACTIVATION		
	Campagne globale	x	850
	PR	x	850
	Activation digitale	x	850
	Activation par l'objet	310	x
	Ambiant	310	850
	Presse & Affiche	310	850
	Innovation	x	850

CATÉGORIES ET TARIFS

Pôle Communication/ Craft

Vous avez la possiblité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- Tarif pour 1 création
- Taris pour 1 campagne (3 créations ou plus)

		€HT	€HT
05	**GRANDES CAUSES***		
	ASSOCIATIONS		
	Film	520	1420
	Audio	230	630
	Presse / Affichage	310	840
	Digital / Social	520	1420
	Activation / Direct	x	850
	ORGANISMES D'ÉTAT		
	Film	520	1420
	Audio	230	630
	Presse / Affichage	310	840
	Digital / Social	520	1420
	Activation / Direct	x	850
	RSE		
	Film	520	1420
	Audio	230	630
	Presse / Affichage	310	840
	Digital / Social	520	1420
	Activation / Direct	x	850

* Les campagnes «grandes causes» peuvent être présentées dans d'autres catégories.

CATÉGORIES ET TARIFS

Pôle Communication Craft

Vous avez la possiblité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- Tarif pour les freelances
- Tarif pour les entreprises
  - Pour 1 création
  - Pour 1 campagne (3 créations ou plus)

		€HT	€HT	€HT
01	**CRAFT IMAGE**			
	PHOTOGRAPHIE			
	Communication extérieure	50	120	320
	Affichage Presse	50	120	320
	Édition	50	120	320
	Édito	50	120	320
	Digital	50	120	320
	Nouveau talent*	50	95	x
	IA	50	120	320
	ILLUSTRATION			
	Communication extérieure	50	120	320
	Affichage Presse	50	120	320
	Édition	50	120	320
	Édito	50	120	320
	Packaging	50	120	320
	Animée	50	120	320
	Digital	50	120	320
	Nouveau talent*	50	95	x
	IA	50	120	320

*Travail réalisé durant les 5 premières années d'activité professionnelles du/de la photographe ou de l'illustrateur.rice.

02	**CRAFT RÉDACTION**		
	Communication extérieure	230	620
	Presse	230	620
	Édition	230	620
	Film	230	620
	Digital	230	620
	Social	230	620
	Packaging	230	620
	Divertissements	230	620
	Radio	120	x

03	**CRAFT DA**			
	Presse	50	65	180
	Affichage	50	65	180
	Film	50	250	740
	Digital	50	x	520
	Édition	50	230	x
	Design	50	230	x

CATÉGORIES ET TARIFS

Pôle Production

Vous avez la possiblité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- Tarif pour 1 film
- Tarif pour 1 campagne (3 films ou plus)

		€HT	€HT
01	**FILMS**		
	Réalisation	250	740
	Nouveau talent*	120	x
	Direction d'acteurs.trices	250	740
	Direction de la photographie	250	740
	Direction artistique	250	740
	Montage	250	740
	Full IA	250	740
	MIX IA	250	740
	Internationale	250	740

02	**CLIP MUSICAL**		
	Conception	160	x
	Réalisation	160	x
	Nouveau talent*	95	x
	Direction de la photographie	160	x
	Montage	160	x
	Casting	160	x
	Stylisme	160	x
	Décors	160	x
	Projets spéciaux	160	x
	IA	160	x
	Internationale	160	x

03	**SON**		
	Réalisation (bande son)	160	x
	Nouveau talent*	95	x
	Musique originale	160	x
	Musique synchronisée	160	x
	Musique synchronisée Reprise	160	x
	Sound Design	160	x
	PODCAST		
	Brand content	160	470
	Fiction	160	470
	Documentaire	160	470
	Solo caste	160	470

04	**VFX & ANIMATION**		
	Réalisation Animation	160	x
	Nouveau talent*	95	x
	Animation 3D	160	x
	Animation 2D et stop motion	160	x
	VFX	160	x

*il s'agit d'un des 5 premiers films du réalisateur ou de la réalisatrice.

CATÉGORIES ET TARIFS

Pôle Design

Vous avez la possiblité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- Tarif pour les freelances
- Tarif pour les entreprises
  - Pour 1 création
  - Pour 1 campagne (3 créations ou plus)

		€HT	€HT
01	**BRANDING DESIGN**		
	Branding	50	**520**
	Re-branding	50	**520**

02	**TYPOGRAPHIE**		
	CRÉATION TYPOGRAPHIQUE		
	Lettrage, logotype	50	**40**
	Création de caractères 1 style	50	**60**
	Création de caractères 2 styles ou plus	50	**110**
	USAGE TYPOGRAPHIQUE		
	Affiche / presse	50	**210**
	Motion / web design	50	**210**
	Design graphique	50	**85**
	Branding design	50	**210**

03	**DESIGN D'ESPACES**	
	Activations	**310**
	Évenements	**310**
	Expositions	**310**
	Retail	**310**

04	**DESIGN GRAPHIQUE**			
	PUBLICATION / ÉDITION			
	Journal, magazine	50	65	**x**
	Couverture	50	65	**175**
	Design de livre	50	65	**x**
	Édition culturelle	50	65	**x**
	Édition spécialisée / institutionnelle	50	65	**x**
	Édition responsable	50	65	**x**
	GRAPHISME			
	Design imprimé	50	65	**175**
	Design numérique	50	65	**x**
	Design animé	50	65	**x**
	Design dans l'espace	50	65	**x**
	Graphisme d'auteur	50	65	**x**

CATÉGORIES ET TARIFS

Pôle Design

Vous avez la possiblité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- Tarif pour les freelances
- Tarif pour les entreprises

		€HT	€HT
05	**MOTION DESIGN**		
	DESIGN TV		
	Habillage de chaînes	-	**840**
	Jingle / ident	**50**	**265**
	Générique d'émissions	**50**	**230**
	IDENTITÉS VISUELLES		
	Charte graphique de marque	**50**	**520**
	Animation de logo - Opener	**50**	**160**
	Animation typographique	**50**	**160**
	FILMS & ANIMATIONS		
	Génériques	**50**	**230**
	Bande-annonce	**50**	**265**
	Film corporate	**50**	**365**
	Film publicitaire	**50**	**365**
	Réseaux sociaux	**50**	**160**

CATÉGORIES ET TARIFS

Pôle Digital

Vous avez la possiblité de vous inscrire dans plusieurs catégories

- Tarif pour les freelances
- Tarif pour les entreprises

		€HT	€HT
01	**PRODUITS DIGITAUX**		
	Expériences de marque & Storytelling	50	305
	E-commerce créatif	50	305
	Apps & Services	50	230
	Démarche éco-responsable	50	190

02	**SOCIAL & CRÉATEURS**	
	Activations sociales & Brand content	520
	Influence	790
	Utilisation d'une trend	790

03	**EXPÉRIENCES DIGITALES**		
	Expériences gaming	50	305
	Campagnes d'engagement digital	50	305
	Campagnes et dispositifs immersifs	50	305

Matériel à fournir

— Photos, case ou film de présentation du dispositif

— 8 visuels originaux et in situ du dispositif

— Synopsis de 800 signes max expliquant le dispositif ou la campagne.

— Pour le print, joindre des photos in situ des camapgnes. Vous pouvez faire parvenir au Club les éléments physiques en amont de la compétition.

Critères de jugement

— Idée créative

— Qualité du craft

COMMUNICATION EXTÉRIEURE & PRINT

Définition : Campagne à l'initiative d'une marque ou d'une institution pour la promotion d'un produit, d'un service, d'une marque, d'un lieu ou d'une cause, faisant l'objet d'un achat d'espace publicitaire. Cette catégorie intègre aussi bien les campagnes publicitaires que culturelles (théâtre, cinéma, expositions, musée....) ou institutionnelles.

Communication extérieure

Digital : DOOH , écrans digitaux...

Immersif expérientiel : 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...)

Événements éphémères : événements / constructions physiques éphémères, installés à l'extérieur, dans la rue ou lieux fermés construits/aménagés de toutes pièces (pop-up-stores, restos, sites exceptionnels, video mapping, chorégraphie, scénographie, concert...)

Print

Hors dispositif réseau : affichage « non -standard » dans l'espace public. Format libre, support non conventionnel ou réinterprété, hors zone d'affichage traditionnel.

Réseau : affiches 4X4, abribus, métro...

Tactique : tout dispositif alternatif aux réseaux d'affichage traditionnel hors affichage digital : affichage de proximité, lieux dédiés, supports extérieurs (véhicules, taxis, mobilier...)

Innovation : affichage avec le média, l'achat d'espace, le dispositif...

Presse : encart presse magazine, quotidienne...

Matériel à fournir

— Film diffusé

— Web séries, mini séries : présenter les 4 meilleures.

— 8 images numérotées du projet dans l'ordre de présentation souhaité

— Synopsis explicatif en français

Critères de jugement

— L'originalité, l'inventivité, la stratégie média, le caractère innovant de ces vidéos seront les principaux critères de jugement.

FILMS & DIVERTISSEMENTS

Définition : Film (publicitaire, court ou long métrage, documentaire, bande-annonce, séries...) produit à l'initiative d'une marque, d'une institution ou d'une association pour faire la promotion d'un produit, d'un service, d'une marque ou d'une cause.

Télévision - Cinéma - Vidéo On Line: Film ou série de films publicitaires aux formats traditionnels ayant fait l'objet d'un achat d'espace

Digital - Mobile - Social Média : Film publicitaire viral (le nombre de vues et/ou les retombées presse seront pris en compte); film publicitaire interactif; vidéo destinée aux plateformes Social Média* (répondant aux formats spécifiques de ces plateformes) en collaboration ou non avec un créateur de contenus; vidéo publicitaire spécifiquement créée pour être visionnée sur Mobile (dont l'originalité repose sur l'utilisation d'une fonctionnalité d'un smartphone).

Clip : Clip musical faisant la promotion d'un produit, d'un service, d'une marque ou d'une cause, issu d'une collaboration entre un annonceur et un artiste (ou une maison de disques)

Trailers - Bande-annonce : vidéo faisant la promotion d'un long métrage, d'une série, d'un jeu vidéo ou d'un programme audiovisuel (les billboards TV sont inclus dans cette sous-catégorie)

Contenu éditorial : programme court créé pour une chaîne de télévision, une plateforme social média* ou une plateforme de streaming**

Formats spéciaux : court, moyen ou long métrage de fiction, série, documentaires, distribués au cinéma, sur une plateforme de streaming** ou une chaîne de télévision. Oeuvres produites ou co-produites par un annonceur.

*plateformes social media : Youtube, TikTok, Twitch, Instagram...

**plateformes de streaming : Netflix, MyCanal, PrimeVidéo, Arte.tv, France.tv...

Matériel à fournir

— Case study (fortement recommandé) ou board, incluant le dispositif ainsi que les résultats

— Web séries, mini séries : présenter les 4 meilleures.

— 8 images numérotées du projet dans l'ordre de présentation souhaité

— Synopsis explicatif en français, comprenant les explications du dispositif et présentant les résultats mésurés.

— Activation par l'objet : envoyer les éléments physiques au Club en amont de la compétition

Critères de jugement

— La qualité créative de l'idée (fond), l'exécution de cette idée (forme), et l'efficacité/ impact de la campagne

DIRECT & ACTIVATION

Définition : 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.

Campagne globale : programme 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

PR : opérations de relations presse. Communication , lancement produits, initiation d'événements, d'opérations. Basée sur une idée directe, ciblée, clairement identifiable.

Activation digitale : social média/ Brand content (les e-mailings sont compris dans cette sous-catégorie)

Activation par l'objet : tout objet physique conçu pour générer une réponse (mailings, cartes de vœux, invitations, portage objets, éditions...)

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.

Presse & Affiche : campagne de marketing direct utilisant le média presse et / ou poster

Innovation : innovation avec le média, l'achat d'espace, le dispositif...

IA : tout travail majoritairement ou totalement créé par l'I.A.

Sera jugée la meilleure utilisation de l'IA en ce qu'elle valorise et repousse les limites de l'idée créative.

Matériel à fournir

— Format de fichier selon média présenté

— 8 images numérotées du projet dans l'ordre de présentation souhaité

— Synopsis explicatif en français

Critères de jugement

— L'idée créative

— Le craft

— L'impact

GRANDES CAUSES

Campagnes conçues pour défendre l'intérêt général, sensibiliser le public à un problème de société ou mobiliser autour d'une cause sociale, sanitaire, humanitaire ou écologique.

La catégorie valorise les idées qui utilisent la créativité non pas pour vendre un produit, mais pour déclencher une prise de conscience collective, faire progresser la société ou changer les comportements.

Association - Organisme d'état - RSE

Film : Toutes pièces de communication ou contenus de marque créés pour la télévision, le cinéma ou le digital.

Audio : Toutes pièces de communication ou contenus de marque reposant sur le son créé pour la radio, le digital, podcast...

Presse / Affichage : Toutes pièces de communication ou contenus de marque reposant sur une image fixe en presse ou en affichage.

Digital / Social (hors événement physique) : Toutes pièces de communication ou contenus de marque utilisant le digital : réseaux sociaux, site internet ...

Activation / Direct : Toutes pièces de communication ou contenus de marque reposant sur un ou plusieurs media visant à engager les consommateurs de manière directe.

Les campagnes « Grandes Causes » peuvent être inscrites dans d'autres catégories de la compétition.

Matériel à fournir

— Film diffusé ou case study

— Web séries, mini séries : présenter les 4 meilleures.

— 8 images numérotées du projet dans l'ordre de présentation souhaité

— Synopsis explicatif en français

Critères de jugement

— La qualité créative de l'idée (fond), l'exécution de cette idée (forme), et l'efficacité/impact du projet.

MODE & BEAUTÉ

Définition : Campagne à l'initiative d'une marque de mode ou de beauté, d'un média mode ou beauté, pour la promotion d'un produit ou d'une collection ou d'une marque. La Mode concerne les marques de vêtements (aussi bien couture luxe et créateurs, que prêt-à-porter ou streetwear) sacs, accessoires, joaillerie et montres. La Beauté concerne les produits make up, parfums et soins.

Film : film diffusé sur des écrans faisant l'objet d'achat d'espace.

Presse & Affichage : affichage culturel, réseau (affiches 4X4, abribus, métro), tactique (affichage de proximité, lieux dédiés, support extérieur) , presse quotidienne, magazine, culturelle.

Digital : communication ou contenus de marque utilisant le digital : réseaux sociaux, site internet, activation, direct ...

Événementiel : constructions physiques éphémères installées à l'extérieur, activations où la marque joue live devant des spectateurs (son/musique, video mapping, chorégraphie, scénographie, concert...), affichage « non -standard » dans l'espace public. Format libre, support non conventionnel ou réinterprété, hors zone d'affichage traditionnel.

Innovation : 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...

Retail : conception d'espaces commerciaux mode ou beauté, comprennant les intérieurs, les vitrines et les extérieurs, que ce soient des espaces éphémères ou pas.

Matériel à fournir

— Format de fichier selon média présenté

— 8 images du projet et in situ numérotées dans l'ordre de présentation souhaité

— En plus des soumissions sur la plateforme, envoi possible des objets physiques pour les catégories Édition, Édito, Packaging, Nouveau talent.

— Pour les supports imprimés, une version in situ doit obligatoirement être envoyée.

— Synopsis explicatif en français.

Critères de jugement

— La qualité d'éxécution du craft sera majoritairement jugée. Une idée créative innovante et puissante permettra de départager les meilleurs travaux.

CRAFT IMAGE

Définition : Campagne valorisant l'utilisation de l'image (photographie ou illustration) en communication, produite 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, faisant l'objet d'un achat d'espace publicitaire.

Photographie

Communication extérieure : hors dispositif réseau (affichage « non -standard » dans l'espace public. Format libre, support non conventionnel ou réinterprété, hors zone d'affichage traditionnel).

Affichage / Presse : affiches 4X4, abribus, métro, presse magazine, presse quotidienne..

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

Édito : image pour la presse

Digital : communication ou contenus de marque utilisant le digital : réseaux sociaux, site internet, ...

Nouveau talent : tout travail de commande réalisé durant les 5 premières années d'activité professionnelles du/de la photographe.

IA : tout travail majoritairement ou totalement créé par l'I.A. Sera jugée la qualité de réalisation du travail.

Illustration

Communication extérieure : hors dispositif réseau (affichage « non -standard » dans l'espace public. Format libre, support non conventionnel ou réinterprété, hors zone d'affichage traditionnel).

Affichage / Presse : affiches 4X4, abribus, métro, presse magazine, presse quotidienne..

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

Édito : image pour la presse

Packaging : print (coffrets, emballages etc..)

Animée : image animée (gif, mini films, 3D)

Digital : communication ou contenus de marque utilisant le digital : réseaux sociaux, site internet...

Nouveau talent : tout travail de commande réalisé durant les 5 premières années d'activité professionnelles de l'illustrateur. rice.

IA : tout travail majoritairement ou totalement créé par l'I.A. Sera jugée la qualité de réalisation du travail.

Matériel à fournir

— 8 images du projet et in situ numérotées dans l'ordre de présentation souhaité

— Format de fichier selon média présenté

— Synopsis explicatif en français

RADIO

— Mp3 - 4 épisodes max par série, numérotés dans l'ordre de présentation souhaité

— 1 vignette cover sur chaque épisode

— Script des textes, des dialogues ou des conversations

— Possibilité d'intégrer un lien de la plateforme dans l'espace synopsis pour entendre la totalité des réalisations

Critères de jugement

— La qualité de la rédaction est jugée, sa force, son impact, son pouvoir de sublimer l'idée de la campagne. La qualité de la direction artistique du projet sera étudiée dans un second temps.

CRAFT RÉDACTION

Définition : Campagne valorisant l'utilisation de la rédaction en communication, produite 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, faisant l'objet d'un achat d'espace publicitaire.

Communication extérieure : affichage, communication culturelle (affiche de théâtre, affiche de cinéma, affiche d'expositions...), réseau (affiches 4X4, abribus, métro...), tactique (affichage de proximité, lieux dédiés, support extérieur), digital (DOOH - panneaux digitaux, caissons lumineux, rétro-éclairés, panneaux lumineux, connectés etc.)

Presse : presse magazine, presse quotidienne, presse culturelle...

Édition : rédaction de contenu éditorial, rédaction corporate, livre ou revue au service d'une communication d'entreprise, d'une marque ou d'un produit.

Film : film de courte durée produit à l'initiative d'un annonceur pour la promotion d'une marque, d'un produit, d'un service.

Digital : site web, mini-sites, bannières, blogs, app mobile...

Social : rédaction publicitaire à destination des réseaux et médias sociaux, animation de comptes sociaux (Instagram, X, TikTok, Twitch...), influence.

Packaging : rédaction de messages « on-pack »

Divertissements : documentaires, films long format, séries, clips, jeux vidéos

Radio : message publicitaire radiophonique.

Les podcasts sont à inscrire dans la catégorie SON et seront jugés pour la qualité de leur conception (choix et pertinence du casting, choix des voix, musique, bruitage, mixage).

Matériel à fournir

— Format de fichier selon média présenté

— 8 images du projet et in situ numérotées dans l'ordre de présentation souhaité

— En plus des soumissions sur la plateforme, envoi possible des objets physiques pour les catégories Édition et Design.

— Synopsis explicatif en français

Critères de jugement

— La qualité et la pertinence de la direction artistique sont jugées, leur force, leur impact, leur pouvoir de sublimer l'idée de la campagne.

CRAFT DA

Définition : Campagne valorisant la direction artistique en communication (l'esthétique, le ton et la résonnance émotionnelle des visuels), produite 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.

Presse : culturelle, magazine, quotidienne.

Affichage : culturel, réseau, affichage de proximité, lieux dédiés, support extérieur...

Film : télévision, cinéma

Digital : DOOH - panneaux digitaux, caissons lumineux, rétro-éclairés, panneaux lumineux, connectés...

Édition : journal, magazine, catalogue, livre d'art...

Design : identité visuelle, packaging, design d'espaces, expositions, événements...

Pour les travaux réalisés avec l'aide de l'IA, préciser lors de l'inscription quel a été l'usage de l'IA afin d'évaluer à quel point cette utilisation a repoussé les limites de la création.

Matériel à fournir

— Fichier Mp4 H264
Rés. : full HD 1920 x 1080px

— Prévoir 8 images Jpg d'aperçu du film, homothétiques à la vidéo,

— Synopsis de 800 signes maximum du film, des intentions de réalisation (craft films), de l'idée créative

Critères de jugement

— Réalisation / Nouveau Talent : c'est l'idée du film et la manière dont elle est réalisée.

— Direction d'acteur.rice / Direction de la photo / Direction artistique / Montage : c'est la qualité du travail propre à la sous-catégorie.

— I.A : c'est la qualité du résultat final.

— Internationale : c'est la réalisation qui sera jugée, soit la maîtrise et la cohérence tous les aspects techniques et artistiques.

FILMS

Définition : 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, faisant l'objet d'un achat d'espace publicitaire. **Les versions director's cut ne sont pas acceptées.**

Réalisation : englobe la maîtrise et la cohérence de tous les aspects techniques et artistiques : Direction de la photographie, Direction Artistique, Montage, et le cas échéant le graphisme / les effets spéciaux.

Nouveau talent : même définition que pour la Réalisation, mais en tenant compte qu'il s'agit d'un des 5 premiers films du réalisateur. On aura tendance à privilégier une voix originale, même si la technique n'est pas 100% aboutie plutôt que les « à la manière de » sous influence des travaux des réalisateurs déjà établis.

Direction d'acteur.rice : réalisation où le jeu d'acteur est mis en valeur.

Direction artistique : englobe les décors (naturels accessoirisés ou construits en studio), le casting, le maquillage, le stylisme et le cas échéant le graphisme / les effets spéciaux.

Direction de la photographie : englobe la lumière, les cadrages, l'étalonnage ainsi que les mouvements de caméra.

Montage : Manière dont les plans sont assemblés et mis en lien avec la bande son.

Full IA : concerne les films créés intégralement avec l'IA.

MIX IA : concerne les films créés avec l' IA ainsi que d'autres techniques.

Internationale : films créés pour le marché international (client étranger).

Dans le cas d'une web séries, mini séries : présenter les 4 meilleures.

Si un projet est inscrit en Réalisation en Films, , il ne pourra pas être inscrit en Réalisation dans d'autres catégories comme Clip ou VFX & Animation.

Matériel à fournir

— Fichier Mp4 H264
Rés. : full HD 1920 x 1080px

— Prévoir 8 images Jpg d'aperçu du film, homothétiques à la vidéo.

— Synopsis de 800 signes maximum du film, des intentions de réalisation (craft films), de l'idée créative.

Critères de jugement

— **Réalisation / Nouveau talent :** la maîtrise et la cohérence tous les aspects techniques et artistiques
— **Internationale :** c'est la réalisation qui sera jugée, soit la maîtrise et la cohérence tous les aspects techniques et artistiques.
— **Direction de la photo / Montage :** la qualité de l'exécution
— **Casting :** la pertinence de ces choix ainsi que leur impact narratif et artistique
— **Stylisme / Décors :** la créativité et la qualité d'exécution, l'apport créatif et artistique.
— **Projets spéciaux :** idée, craft et réalisation
— **I.A :** qualité du résultat final.

CLIP

Définition : Film de courte durée produit à l'initiative d'un artiste ou d'un label pour la promotion d'un titre musical.

Conception : l'idée, la créativité, l'originalité du concept général du clip.

Réalisation : englobe la direction de la photographie, la direction artistique, le montage, et le cas échéant le graphisme / les effets spéciaux.

Internationale : clips créés pour le marché international (client étranger).

Nouveau talent : même définition que pour la réalisation, mais en tenant compte qu'il s'agit d'un des 5 premiers films du réalisateur. On aura tendance à privilégier une voix originale, même si la technique n'est pas 100% aboutie plutôt que les « à la manière de » sous influence des travaux des réalisateurs déjà établis.

Direction de la photographie : englobe la lumière, les cadrages, l'étalonnage ainsi que les mouvements de caméra.

Montage : manière dont les plans sont assemblés et mis en lien avec la bande son.

Casting : la sélection et la direction des interprètes, acteur.rices.

Stylisme : l'exécution dans la conception des costumes et des silhouettes.

Décors / Décoration : l'exécution dans la conception et la mise en œuvre des décors et éléments de décoration. Sont jugés, la créativité et la qualité d'exécution l'apport créatif et artistique dans le clip.

Projets spéciaux : ensemble des contenus vidéo musicaux autres que les clips, tels que les scénographies de concert, documentaires autour des artistes, films promotionnels de sortie d'albums, visualizers ou vidéos de live sessions.

IA : films créés majoritairement en IA ou full IA.

Les couvertures d'album sont à inscrire dans la catégorie Design graphique / design imprimé.

Si un projet est inscrit en Réalisation en Clip, il ne pourra pas être inscrit en Réalisation dans d'autres catégories comme Films ou VFX & Animation.

Matériel à fournir

— Film : fichier Mp4 H264 - Rés. : full HD 1920 x 1080px

— Audio : fichier Mp3

— 8 images Jpg d'aperçu du film, homothétiquee à la vidéo. Pour les podcasts, fournir une image de couverture par inscription.

— Synopsis de 800 signes expliquant les intentions de réalisation sonore, d'animation, de concept artistique du film.

Critères de jugement

— **Réalisation** : qualité, originalité, importance des choix de la réalisation dans la maîtrise des éléments sonores, aussi bien artistiques que techniques.

— **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 synchronisée** : pertinence de choix d'une musique à l'image.

— **Sound design** : justesse des éléments sonores dans la bande-son.

— **Podcast** : choix et pertinence du casting, choix des voix, musique, bruitage, mixage.

SON

Définition : 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, faisant l'objet d'un achat d'espace publicitaire.

Cette catégorie a pour but de valoriser les métiers du son et leurs composantes. Les versions director's cut ne sont pas acceptées.

Réalisation (bande son) : englobe la prise de son, la réalisation, le choix de la voix, le mixage, le choix et l'exécution d'une musique, sound design.

Nouveau talent : même définition que pour la Réalisation, mais en tenant compte qu'il s'agit d'un des 5 premiers films du réalisateur son. On aura tendance à privilégier une voix originale, même si la technique n'est pas 100% aboutie.

Musique originale : création musicale originale, œuvre unique (mélodie, harmonie, rythme propres), conçue sans influence directe d'une œuvre existante. La musique doit spécialement avoir été composée pour le projet.

Musique synchronisée : œuvre musicale existante (au minimum la partition) incorporée dans un contenu visuel publicitaire ou au service de l'identité d'une marque.

Musique synchronisée reprise : musique existante qu'un autre interprète que son créateur rejoue de façon similaire ou différente appliquée à un contenu visuel publicitaire ou au service de l'identité d'une marque.

Sound Design : création et utilisation d'éléments sonores pour parvenir à l'effet souhaité.

Podcast : Brand Content ; contenu audio pour mettre en valeur une entreprise et sa marque. **Podcast Fiction** : séries ou feuilletons, il s'agit généralement d'un mélange entre le film et le livre. **Podcast Documentaire :** dispositif audio à caractère didactique, informatif et/ou créatif. **Podcast Solo caste :** monologue de l'animateur sur un sujet d'intérêt pour le public.

Matériel à fournir

— Fichier Mp4 H264 - Rés. : full HD 1920 x 1080px

— Pour une souscription en VFX, il faut obligatoirement fournir le making-off.
— Prévoir 8 images Jpg d'aperçu du film, homothétiques à la vidéo.
— Synopsis expliquant l'objet de la campagne ainsi que les techniques utilisées si besoin.

Critères de jugement

— **Réalisation Animation / Nouveau talent** : qualité de la réalisation d'une idée créative. Une attention particulière sera portée à l'utilisation innovante des styles 2D, 3D, du stop motion, ainsi qu'aux nouvelles technologies émergentes.
— **Autres sous-catégories :** c'est la qualité de l'animation, la direction artistique et son exécution.

VFX & ANIMATION

Définition : Tout support (film, clip musical, habillage tv, générique, bande-annonce, jingle, ident...) de courte durée, réalisé majoritairement ou totalement en animation ou VFX (2D, 3D, stop motion...), produit à l'initiative d'une marque, d'une institution, d'un artiste pour la promotion d'un produit, d'un service, d'une marque ou d'une cause.

Nous attendons en complément de la soumission, une méthodologie des technologies employées pour produire le film.

Réalisation Animation : englobe la maîtrise et la cohérence de tous les aspects techniques et artistiques : La direction artistique, le design des elements, les effets spéciaux.

Nouveau Talent : même définition que pour Réalisation Animation, mais en tenant compte qu'il s'agit d'un des 5 premiers films du réalisateur. On aura tendance à privilégier une voix originale, même si la technique n'est pas 100% aboutie plutôt que les « à la manière de » sous influence des travaux des réalisateurs déjà établis.

Animation 2D et Stop motion : Film où l'intégralité des actions sont dessinées ou photographiées à la main, image par image. Les films entièrement générés par intelligence artificielle, sans intervention artistique humaine significative, ne sont pas éligibles à cette catégorie.

Animation 3D : Film dont les éléments visuels sont générés à l'aide d'outils informatiques, sous la supervision créative de graphistes.

VFX : Film intégrant des effets spéciaux générés à l'aide d'outils informatiques, réalisés sous la supervision créative de graphistes, et s'appuyant sur des images issues de prises de vues réelles.

Les films entièrement générés par intelligence artificielle, sans intervention artistique humaine significative, ne sont pas éligibles à cette catégorie. Ils sont à inscrire dans la catégorie Prod Films (catégorie Full IA ou Mix IA).

Les films réalisées en motion design sont à inscrire dans la catégorie MOTION DESIGN.

Si un projet est inscrit en Réalisation en VFX & Animation, , il ne pourra pas être inscrit en Réalisation dans d'autres catégories comme Films ou Clip.

Matériel à fournir

— Planches illustrant le projet et ses déclinaisons.

— Pour la catégorie re-branding les exemples avant/après

— Synopsis explicatif en français

— En plus des soumissions sur la plateforme, envoi possible d'objets physiques au Club avant la clôture de la compétition.

Critères de jugement

- Intelligence de la solution proposée ou pertinence de l'évolution, positionnement dans l'industrie concernée, cohérence des sous-catégories entre elles, aboutissement des applications en réel.

BRANDING

Définition : Projet comprenant la création ou la refonte d'une identité de marque, incluant le logotype icône, le mot-marque, les blocs-marque, et le système de marque (typographies, motifs, couleurs, principes de composition, animation digitale, identité sonore...).

Branding

chaque projet soumis dans cette sous-catégorie sera jugé sous tous ces aspects

Cas d'une nouvelle marque.

Design d'icône : le logotype en symbole monogramique, figuratif, où métaphorique, jugé selon sa singularité, et son potentiel de déploiement.

Design de mot-marque : le nom de marque écrit, jugé selon sa singularité, sa construction typographique et sa cohérence avec l'icône.

Design du ou des blocs-marque : la où les combinaisons de l'icône et du mot-marque, jugé selon la singularité, la composition et le potentiel de déploiement.

Système de marque : l'ensemble des éléments accompagnant le logo, incluant au minimum les choix typographiques, les choix coloriels, et les principes de composition graphique, jugés selon leur justesse, leur singularité, leur cohérence et leur potentiel de déploiement.

Re-branding

chaque projet soumis dans cette sous-catégorie sera jugé sous tous ces aspects

Cas de l'évolution d'une marque existante (fournir obligatoirement des avant-après)

Design d'icône : le logotype en symbole monogramique, figuratif, où métaphorique, jugé selon sa singularité, et son potentiel de déploiement, ansi que la pertinence de son évolution.

Design de mot-marque : le nom de marque écrit, jugé selon sa singularité, sa construction typographique et sa cohérence avec l'icône, ansi que la pertinence de son évolution.

Design du ou des blocs-marque : la où les combinaisons de l'icône et du mot-marque, jugé selon la singularité, la composition et le potentiel de déploiement, ansi que la pertinence de l'évolution

Système de marque : l'ensemble des éléments accompagnant le logo, incluant au minimum les choix typographiques, les choix coloriels, et les principes de composition graphique, jugés selon leur justesse, leur singularité, leur cohérence et leur potentiel de déploiement, ansi que la pertinence de leur évolution.

Matériel à fournir

— 8 images numérotées du dispositif dans l'ordre de présentation souhaité

— Film de présentation du dispositif 2mn max si nécessaire

— Synopsis explicatif en français

— Dans le cas d'une évolution, fournir 1 visuel résumé de la typo avant / après

— En plus des soumissions sur la plateforme, possibilité de nous faire parvenir des objets physiques au Club avant la clôture des inscriptions.

Critères de jugement

— Équilibre, qualité de dessin et de composition, originalité, créativité, esthétisme, lisibilité et compréhension.

TYPOGRAPHIE

Définition : La typographie est l'art et la technique de concevoir, organiser et utiliser les caractères d'écriture afin de rendre un texte lisible, esthétique et expressif. Elle exige une parfaite maîtrise des polices, des corps de police et de l'interlignage.

Création typographique

Lettrage, logotype : appellations produits, mots et phrases tous usages

Création de caractères 1 style : 26 lettres et chiffres minimum

Création de caractères 2 styles ou plus : fonderie ou sur-mesure

Usage typographique

Projet où l'utilisation de la typographie est mise en avant.

Affiche / presse : presse, affichage.

Motion / web design : film, clip, générique, sites web, réseaux sociaux.

Design graphique : édition, rapport annuel, livres, presse, posters...

Branding : identité de marque, packaging, sites web, signalétique, événementiel...

MOTION DESIGN

Définition : Cette catégorie distingue les œuvres reposant sur le graphisme animé. Le motion design est la mise en mouvement du graphisme, entendu comme une écriture visuelle animée dont le graphisme constitue le langage principal. Cependant, lorsque des personnages s'expriment par la parole et que le dialogue devient un vecteur central de la narration, le projet relève alors davantage du champ de l'animation que du motion design. les projets hybrides sont cependant acceptés dès lors que le graphisme animé reste le moteur du sens et que les dialogues demeurent secondaires.

Design TV

Habillage de chaînes : Identité visuelle pour une chaine complète.

Jingles - Idents : Court identificateur animé pour une chaîne ou un programme. A minima 6 jingles pub et/ou idents d'une même série/concept.

Générique d'émissions : générique d'ouverture ou de fermeture pour une émission.

Identités visuelles

Charte graphique de marque : animation de la charte graphique d'une marque

Animation de logo - Opener : version animée d'un logo ou intro.

Animation typographique : animation de texte ou typographique.

Films & Animations

Génériques : génériques d'ouverture ou de fermeture de film, de séries, de programmes TV, de courts métrages, de moyens métrages, de documentaires, de festivals et openers (studios de cinéma, maisons de production, distributeurs de cinéma...)

Bande-annonce : vidéo faisant la promotion d'un long métrage, d'une série, d'un jeu vidéo ou d'un programme audiovisuel

Film corporate : films publicitaires B to C majoritairement réalisés en graphisme animé, bandes démos de branding design qui utilisent majoritairement du motion design et qui sont faites pour présenter un travail de branding design

Film publicitaire : films publicitaires majoritairement réalisés en graphisme animé : Spot publicitaire produit en 3D...

Réseaux sociaux : contenu animé adapté aux réseaux sociaux

Les films d'animation réalisés majoritairement en 2D, 3D, stop motion, VFX doivent être inscrits dans la catégorie VFX & Animation.

Matériel à fournir

DESIGN TV

— Démo ou case study contenant a minima plusieurs exemples de pack-shots, de jingles pub et/ou idents, d'exemples de déclinaisons print et digital.

— Génériques : film dans son intégralité et tel qu'il a été diffusé.

FILMS & ANIMATIONS

— Film dans son intégralité et tel qu'il a été diffusé.

— Le son doit être celui créé ou acheté pour le générique.

Critères de jugement

— **Qualité du graphisme** (20%) : pertinence et force de l'écriture graphique, qualité de la composition, typographie, formes et couleurs.

— **Mise en mouvement du graphisme** (20%) : qualité et justesse de l'animation, maîtrise du rythme, du timing.

— **Cohérence forme / intention** (20%) : clarté de l'intention créative, alignement entre le propos, le graphisme et l'animation

— **Créativité et prise de risque** (20 %) : originalité de l'approche, capacité à renouveler ou détourner les codes du motion design

— **Impact et mémorabilité** (20 %) : force émotionnelle ou iconique du projet, capacité à marquer durablement

Matériel à fournir

— 8 images numérotées du dispositif dans l'ordre de présentation souhaité

— Film de présentation du dispositif 2mn (option)

— Synopsis explicatif du dispositif en français.

Critères de jugement

— Qualité visuelle et artistique (30%)
— Créativité du concept et storytelling (25%)
— Justesse pour le client (20%)
— Réalisation technique (20%)
— Expérience et parcours utilisateurs (5%)

DESIGN D'ESPACES

Définition : Ensemble des disciplines qui traduisent une stratégie de marque, institutions ou organisations, en dispositifs concrets, vécus dans des lieux physiques.

En mobilisant l'espace comme média, chaque dispositif transforme un lieu en un terrain d'expression, favorisant une interaction directe et qualitative avec l'univers de la marque, institution ou organisation.

Cette discipline s'appuie sur le storytelling, le branding d'espace, le parcours utilisateur et la scénographie pour structurer des expériences engageantes et mesurables, qu'il s'agisse d'événements, d'activations, de retail ou d'expositions.

Événements : Conception et production d'événements physiques temporaires dédiés aux marques, institutions ou organisations.

Chaque projet est pensé pour investir et transformer un lieu à travers une scénographie sur-mesure, une direction artistique et des décors conçus comme des dispositifs immersifs.

L'événement se définit avant tout par sa structure opérationnelle : un lieu, un temps, des publics invités, un programme éditorial et une production complète, au service d'une expérience maîtrisée de bout en bout.

Expositions : Conception d'expositions permanentes ou temporaires, pensées comme des expériences narratives et immersives.

Inclut la création de scénographies muséales, de pavillons culturels et de parcours thématiques.

Chaque espace est conçu pour sublimer les oeuvres, fluidifier la déambulation du public et transformer le lieu de présentation en un terrain d'expression sensible et d'interaction avec le sujet.

Activations : Conception et déploiement de dispositifs expérientiels pouvant mêler digital et physique, mais avec au moins une composante incarnée dans le réel.

L'activation transforme une promesse de marque en expérience vécue, mesurable et mémorable, en plaçant le public au coeur du mécanisme.

Chaque activation est pensée non comme un simple format, mais comme un déclencheur d'effets concrets : participation active, évolution des usages ou des comportements, appropriation du dispositif par les audiences, circulation naturelle du récit et création d'une valeur tangible, vécue et racontable.

Retail : Conception d'espaces commerciaux physiques pensés comme de véritables expériences de marque.

Inclut la création d'intérieurs, de vitrines et de parcours clients, ainsi que de boutiques éphémères ou permanentes. Chaque espace est conçu pour traduire l'ADN de la marque, optimiser l'expérience d'achat et transformer le point de vente en lieu d'expression et d'interaction.

PÔLE
DESIGN

Matériel à fournir

—8 images numérotées du dispositif dans l'ordre de présentation souhaité dont couverture & pages intérieures pour les livres mettant en évidence le système graphique

— En plus des soumissions sur la plateforme, envoi **obligatoire** des objets physiques au Club avant la cloture des inscriptions.

— Synopsis explicatif en français

Critères de jugement

— Équilibre, qualité du rendu et de la composition, originalité, créativité, esthétisme, lisibilité et compréhension.

DESIGN GRAPHIQUE

Édition 57

Définition : composition visuelle fixe ou animée à base d'images, de textes, de formes et de couleurs pour faire passer un message à l'attention du public, produite 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.

L'objectif est de communiquer en suscitant une émotion particulière afin de répondre à un besoin précis.

Publication / Édition

Journal et magazine : conception de magazines, journaux, publications régulières et occasionnelles, grand public et indépendants, éditions spéciales et suppléments généralement axées sur un sujet ou un thème, y compris des éditions disponibles dans certains magasins ou à faible tirage.

Couverture : conception de première page pour des publications, généralement sur papier, couvertures pour magazines spécialisés, grand public et indépendants.

Design de livre : conception de livres et de couvertures. Comprend des livres imprimés dans une gamme de genres, des livres photographiques et des éditions révisées.

Édition culturelle : conception de publications spécialement conçues pour des institutions culturelles comme les musées, expositions (catalogues, monographies, livres d'art...)

Édition spécialisée/institutionnelle : conception de publications spécialement conçues pour une marque et liées à un métier ou à un secteur spécifique. Par exemple, les catalogues, brochures, dossier de presse, rapports annuels.

Conception responsable : tout support réalisé dans une démarche responsable, aussi bien dans la fabrication même de l'objet (encres, papier, impression..) que dans le but d'appuyer, de valoriser l'idée créative.

Graphisme

Design imprimé : affiche, pochette de disque, carte de voeux, invitation, timbre, carte postale, design textile et jeux imprimés.

Design animé : conception graphique en mouvement.

Design numérique : conception graphique créée pour les sites Web, les plateformes numériques et les applications.

Design dans l'espace : signalétique (support et infographique), scénographie (cartel, titre...) habillage graphique de l'espace : espaces de travail (bureaux physiques), espaces publics (écoles, bibliothèques, centres de loisirs, musées, hôpitaux...), espaces de divertissements (hôtels, discothèques, bars, restaurants, clubs..).

Graphisme d'auteur : Travail de conception graphique créé par le participant pour promouvoir ses produits et services, commercialisé et mis à la disposition des clients potentiels.

PRODUITS DIGITAUX

Définition : Cette catégorie célèbre l'excellence à la croisée du Design, de la Technologie et de l'Expérience Utilisateur. Elle récompense les projets qui ne se contentent pas d'être beaux, mais qui sont performants, intuitifs et signifiants. Du storytelling immersif aux applications utilitaires, nous cherchons le point de rencontre entre un craft visuel exceptionnel et une ingénierie irréprochable.

Matériel à fournir

— Film démo de navigation sur le site ou l'application

— URL active des sites

— 8 images du projet numérotées dans l'ordre de présentation souhaité

— Synopsis explicatif en français

Critères de jugement

— **Expériences de marque & storytelling :** l' originalité de l'experience proposée, la pertinence de l'expérience pour la marque, et sa consistance dans les parcours, la fluidité de la navigation, l'usabiliité, et la performance de l'experience, la qualité du storytelling et l'excellence du craft.

— **E-commerce créatif :** l'originalité de l'expérience proposée, la pertinence de l'expérience pour la marque, et sa consistance dans l'expérience, la fluidité de la navigation, l'usabiliité, et la performance de l'experience, la capacité à proposer des solutions innovantes et performantes en e-commerce.

— **Apps & Services :** l'originalité de l'expérience proposée, la pertinence du service pour l'utilisateur, la valeur créée auprès des audiences ciblées, l'experience utilisateur, l'excellence du craft, l'usage pertinent de la technique.

— **Démarche éco-responsable :** l'impact environnemental mesurable, la démarche et l'exécution originales allant au-delà des pratiques courantes, l'expérience performante en termes d'ergonomie, de fluidité et d'efficacité.

Expériences de marque & storytelling : Sites web créatifs et plateformes digitales au sens large, mettant en scène un produit ou une marque, son univers, son branding, en utilisant la technologie au service de la narration et de l'utilisateur.

Cette catégorie inclut les portfolios, les sites vitrines créatifs, les narrations digitales interactives, les interfaces innovantes. Elle accepte donc les sites d'auto-promotion.

E-commerce créatif : Dispositif e-commerce tourné vers la conversion, permettant de découvrir, et se projeter dans l'univers d'une marque et ses produits : plateforme web, fonctionnalité shopping innovante, intégration créative de fonctionnalité shopping dans une plateforme inattendue, ...

Seront récompensés les projets qui mettent en œuvre des solutions digitales originales et fonctionnelles pour générer des ventes en ligne.

Apps & Services : Dispositifs digitaux permettant de résoudre des problèmes utilisateurs de façon créative et innovante : apps, plugins, assistants et compagnons intelligents, fonctionnalités digitales, applicatifs spécialisés pour des audiences ciblées (dyslexie, personnes en situation de handicap, inclusion, formation, mesure carbone ...).

L'idée est ici de savoir si le service est utile et efficace pour les audiences ciblées, si la pertinence du service créé de la valeur pour les utilisateurs.

Démarche éco-responsable : Dispositifs digitaux intégrant les enjeux environnementaux dès la conception des produits et services, afin d'offrir une expérience à la fois remarquable et sobre pour l'utilisateur.

Cela inclut des applications ou plateformes éco-conçues et optimisées pour une consommation énergétique minimale, des dispositifs intégrant des mécaniques de sensibilisation aux enjeux environnementaux, ainsi que des outils numériques favorisant l'économie circulaire, le recyclage ou la réduction des déchets.

Cette catégorie est ouvertes aux travaux réalisés dans le cadre d'une commande, ou dans le cadre d'un développement interne au sein d'une marque.

SOCIAL & CRÉATEURS

Définition : Campagne ou contenu conçu spécifiquement pour vivre sur les plateformes sociales, s'appuyant sur l'usage des communautés, des créateurs.trices ou des codes natifs des réseaux pour engager une audience. Les prix attribués récompensent les travaux qui utilisent la singularité de chaque plateforme comme un levier de création, en privilégiant la pertinence de l'idée et la qualité de l'exécution graphique ou narrative. Le jury distingue les projets où la force du concept et l'exigence de la réalisation génèrent un engagement réel, qu'il soit organique ou porté par une collaboration avec des créateurs.

Matériel à fournir

— Case study (fortement recommandé) ou board, incluant le dispositif ainsi que les résultats

— 8 images numérotées du projet dans l'ordre de présentation souhaité

— Synopsis explicatif en français, comprenant les explications du dispositif et présentant les résultats mésurés.

Critères de jugement

— La pertinence de l'idée, la qualité de l'exécution graphique ou narrative et l'utilisation de la singularité de chaque plateforme comme un levier de création. Le concept doit générer un engagement réel qui peut être organique ou porté par une collaboration avec des créateurs.trices.

Activations sociales et brand content : campagnes créatives, visant à engager des communautés sur les réseaux sociaux et à générer de la viralité, autour d'une marque, d'une offre, d'un service ou d'une cause.

Inclut des activations pouvant jouer avec une diversité de formats natifs et mécaniques d'engagement, de TikTok à YouTube, Snapchat, Reddit, Meta ou Twitch..., et allant du Brand content, aux mini-séries, mockumentary, aux social "challenges", aux activations UGC, fomats live, lens, FOOH, amplifications sociales...

Seront récompensés les travaux dans lesquels l'idée créative est parfaitement en adéquation avec le canal social, les communautés visées, et l'ADN de marque, et où l'idée prime sur la simple utilisation d'un format.

Influence : contenus créatifs effectués dans le cadre d'une campagne, qui utilisent des individus influents populaires, ou une écriture créative unique, sur des plateformes de médias sociaux pour attirer l'attention et toucher une communauté spécifique.

Inclut les travaux où l'utilisation de l'influence et/ou de content creators a été indispensable dans l'exécution créative, et pas juste en soutient de l'idée.

Seront récompensés les travaux et les marques dont l'audace créative émanant de la collaboration avec les influenceurs et créateurs, virtuels ou bien réels, aura permis de générer de la différenciation, de la viralité et de l'engagement auprès des communautés.

Utilisation d'une trend : Campagnes qui s'appuient sur la popularité d'un sujet d'actualité, d'un événement ou d'une tendance émergente sur les réseaux sociaux pour générer un maximum de visibilité et de couverture médiatique pour une marque. Elles peuvent prendre la forme de réactions express en temps réel à des signaux culturels, sociaux ou conversationnels, portés par les plateformes.

Inclut notamment des initiatives de real-time response (RTM), de community management créatif, de troll advertising, de campagnes réactives, de conversation hijacking, ainsi que l'initiation ou la réappropriation créative de trends.

Seront récompensés les travaux capables de s'approprier un signal culturel ou social natif des plateformes — qu'il s'agisse d'un format, d'un code, d'une musique ou d'une mécanique narrative — avec un timing parfaitement maîtrisé, pour le détourner avec audace au service d'un message de marque. L'enjeu : transformer la trend en véritable vecteur culturel, et non en simple gimmick opportuniste.

EXPÉRIENCES DIGITALES

Matériel à fournir

— Film démo de navigation sur le site ou l'application ou case study

— URL active des sites

— 8 images du projet numérotées dans l'ordre de présentation souhaité

— Synopsis en français expliquant l'idée conceptuelle et les choix technologiques.

Critères de jugement

— **Expériences gaming** : l'inventivité du concept que ce soit dans un jeu existant ou via un game design créé pour la marque, la pertinence de l'expérience pour la marque, la qualité de l'intégration dans l'écosystème du jeu, la capacité à créer un moment culturel fort ou mémorable et l'excellence du craft.

— **Engagement digital** : la puissance conceptuelle, l'innovation et l'inventivité narrative ou interactive, la pertinence du digital pour renforcer l'idée, la qualité de l'expérience utilisateur et l'impact global du dispositif.

— **Campagnes et dispositifs immersifs** : la force conceptuelle de l'expérience, la cohérence entre narration, design et immersion, la capacité du dispositif à laisser une trace durable (mémorable, culturelle ou expérientielle), la pertinence des choix technologiques et l'impact sensoriel, émotionnel ou expérientiel.

Définition : Campagnes qui font du digital un véritable terrain d'expérience, en exploitant des technologies, des formats ou des plateformes numériques pour capter l'audience. Cette catégorie récompense l'originalité et la créativité des idées, en utilisant la technologie pour repousser les limites des codes numériques habituels.

Une importance particulière sera apportée aux projets qui génèrent des interactions mémorables avec la marque, grâce à l'expérience proposée, l'originalité du concept, la mécanique interactive, ou même l'utilité. Les initiatives qui réinventent ou introduisent de nouveaux usages digitaux sont fortement valorisées.

Expériences gaming : Campagnes utilisant le jeu ou les environnements de divertissement digital comme terrain créatif : activations gaming, expériences gamifiées, usages créatifs de plateformes de divertissement digital, mécaniques de jeu appliquées aux marques, détournement d'habitudes de gamer, activations au sein de jeux existants, appropriation créative des codes communautaires et sociaux d'un jeu, insertion de la marque comme acteur du jeu, utilisation des règles ou contraintes d'un jeu…

Le jury aura à cœur de récompenser les travaux qui s'inscrivent naturellement dans les codes culturels, créant des interactions authentiques.

Campagnes d'engagement digital : Campagnes qui utilisent les plateformes, la technologie, les formats ou environnements digitaux pour raconter une histoire, engager une audience ou créer une interaction significative avec une marque : récits interactifs, plateformes IA interactives, narrations augmentées, formats publicitaires digitaux innovants, expériences web interactives ou participatives, détournement créatif de formats digitaux existants…

Le jury aura à cœur de récompenser la façon dont le digital renforce le récit, l'engagement ou l'expérience.

Campagnes et dispositifs immersifs : Expériences immersives utilisant la réalité augmentée, virtuelle, mixte ou toute technologie de spatialisation / installation permettant de plonger l'utilisateur dans un univers dans le cadre d'une campagne ou d'un dispositif de communication pensé pour durer au-delà du moment vécu.

L'immersion doit être portée par une idée forte, pas uniquement par la performance technologique.

CATÉGORIES
INTERNATIONALE & GRAND PRIX

Matériel à fournir

— Format de fichier selon média présenté :
Film : fichier Mp4 H264 - Rés. : full HD 1920 x 1080px
Affichage / presse : image jpg + in situ
Activation : case explicatif

— Synopsis explicatif du dispositif

Critères de jugement

— La pertinence, l'originalité de l'idée et la qualité de l'exécution.

INTERNATIONALE

Cette catégorie récompense les meilleures créations publicitaires réalisées par des structures et des talents internationaux.
Le jury sera composé uniquement de créatif·ve·s français·es travaillant hors de l'hexagone.

De fait, un.e compétiteur.rice française ne peut soumettre dans cette catégorie.

Critères de jugement

— La pertinence et l'originalité de l'idée et la qualité de l'exécution.

GRAND PRIX

Cette récompense distingue la meilleure création de l'année, toutes disciplines confondues.
Les 20 président.e.s de jury et le président du Club des D.A. éliront parmi tous les premiers prix de la compétition le Grand Prix du Club.

De fait, aucune soumission supplémentaire n'est demandée pour concourir à cette ultime récompense.

Contacts

Compétition & Édition
Sophie Gravot
sgravot@leclubdesda.org

Coordination & Communication
Loraine Roncin
lroncin@leclubdesda.org

Trésorerie
Michèle Gross
mgross@leclubdesda.org