



Communiqué de Presse

Ouverture de la 42^e compétition du Club des Directeurs Artistiques

Paris, le 5 novembre 2010. La compétition du Club des Directeurs Artistiques fait partie de l'histoire de la publicité et des médias. Elle réunit les travaux de l'année écoulée et a pour but de dégager les grands courants et d'élire les réalisations qui paraissent les plus dignes de témoigner de la créativité de l'année écoulée.

Des catégories exhaustives

Comme les années précédentes, les catégories au nombre de 16 permettent aux agences d'inscrire les campagnes de la façon la plus adaptée à leur nature afin qu'elles soient jugées avec les critères les plus justes et pertinents.

Ouverture d'une nouvelle catégorie

Sous l'égide du bureau du Club, la compétition évolue et ouvre une 16^e catégorie : typographie. « Parce que la typographie est partout. Parce qu'elle imprègne notre lecture quotidienne sans même que nous la remarquions (...) parce qu'à bien y regarder, la typographie est l'agent secret de la communication (...) Il était donc temps que le Club lui donne la place qu'elle mérite ». Pour l'occasion, les inscriptions à cette catégorie seront gratuites et les travaux conçus ces trois dernières années pourront être présentés.

Les prix

Les jurés décerneront des Prix aux campagnes sans limitations de prix. Avoir un prix est exceptionnel, les nominations sont possibles, avoir un travail sélectionné dans le livre est remarquable. Rappelons par ailleurs que le **Prix du Client de l'année** sera décerné à l'issue du 42^e palmarès. Prime à l'audace, la détermination, l'innovation et la récurrence de la créativité.

Les inscriptions sont à faire via le site du Club www.leclubdesad.org. Jusqu'au 30 décembre 2010. A découvrir prochainement, le brief de la compétition Etudiants courant novembre.

Rappelons que la compétition annuelle du Club des Directeurs Artistiques réunit plus de 120 jurés et experts de leur métier, répartis sur 16 catégories différentes. Plus de 1000 travaux sont présentés chaque année ce qui représente plus de 200 annonceurs différents.

Le Club des Directeurs Artistiques compte plus de 500 membres.

Communiqué de Presse

Pourquoi une nouvelle catégorie consacrée à la typographie ?

Parce que la typographie est partout.

Parce qu'elle imprègne notre lecture quotidienne sans même que nous la remarquions. Parce qu'à bien y regarder, la typographie est l'agent secret de la communication, véritable 007 silencieux et implacable, modeleur de sens, et propagandiste des idées et des mots, qu'elle propulse comme le Walter PPK propulse les balles au service de sa majesté.

Étrange objet que la typographie en publicité, que l'on dit l'apanage des directeurs artistiques les plus pointus, amoureux des subtilités de l'efficacité graphique, mais qui incarne aussi l'outil le plus parfait du rédacteur, puisqu'elle donne corps aux mots qui sont sa marotte.

Étrange objet que la typographie en général, qui, du logo à la charte, des packshots de films aux sites Internet, de l'identité d'entreprise à l'annonce typo la plus simple, donne partout la pleine mesure de sa nécessité, et se joue des époques pour venir, à chaque apparition d'un nouveau médium, réaffirmer son omniprésence.

Et quel paradoxe réjouissant que de voir aujourd'hui les mots reprendre le dessus sur les sons, quand notre jeunesse délaisse les conversations téléphoniques pour se jeter sans retenue dans les messages, les textos et autres messengers. Des mots, encore des mots et donc de la typo, plus que jamais !

Il était donc temps que le club lui donne la place qu'elle mérite.

D'abord en récompensant les travaux publicitaires ou graphiques qui, quel que soit le média, animé ou pas, savent exploiter avec brio cet outil.

Ensuite en célébrant l'incroyable vitalité créatrice de ceux qui inventent la typographie aujourd'hui.

Ce jury, composé d'experts venus à la fois de la publicité, du graphisme et de la création typographique, tous réputés pour leur compétence mais aussi pour leur talent à faire partager cette passion, ce jury donc, sera présidé par l'une des figures emblématiques de la typographie moderne.

Parce que cette catégorie est nouvelle, les inscriptions seront cette année gratuites pour les travaux déjà soumis dans une autre catégorie. Enfin, exceptionnellement, les travaux produits durant les trois dernières années pourront concourir, afin de faire un état des lieux de départ aussi riche que possible.

Ainsi, ce jury aura-t-il les moyens de son ambition : donner à voir la richesse de la typographie en 2010, récompenser ceux qui savent en exploiter les subtilités, et donner à nos membres et collègues l'envie de se surpasser aussi dans cet exercice-là.

Pour le Club des Directeurs Artistiques

Guillaume-Ulrich Chiffot et Jean-François Porchez