



LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES

UBISOFT SACRÉ ANNONCEUR DE L'ANNÉE 2013 AU CLUB DES DA

Avec ses publicités impressionnantes pour Assassin's Creed IV, The Crew et Watch Dogs, Ubisoft se voit proclamé annonceur de l'année 2013 par le Club des DA.

En mars dernier, le Club des DA récompensait les campagnes 2013 ayant brillé par leurs qualités artistiques. Lors de sa garden party d'hier soir, le Club des DA a remis le prix de l'annonceur de l'année à Ubisoft pour l'ensemble de ses campagnes 2013.

Les nommés pour cette catégorie étaient :

- Mondelez International pour Milka avec la campagne « Le dernier carré de chocolat »
- Le Musée de la Grande Guerre et Léon Vivien / Facebook 14-18
- Evian et sa campagne « Baby & Me »
- La fondation Mimi et sa campagne « Ne serait-ce qu'une seconde »



LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES



LES CAMPAGNES UBISOFT 2013



BETC Paris / Watch Dogs : WeAreData

WeAreData est un site internet élaboré par BETC Paris dans le cadre de la promotion du jeu Watch Dogs. Grâce à l'open data, les données de trois grandes capitales européennes sont rendues visibles à tous. Et ce, afin de montrer à quel point notre monde est connecté. L'opération avait déjà été primée par le Club des DA en Site produit, site événementiel et en Interface / Navigation.



LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES

la RÉCLAME

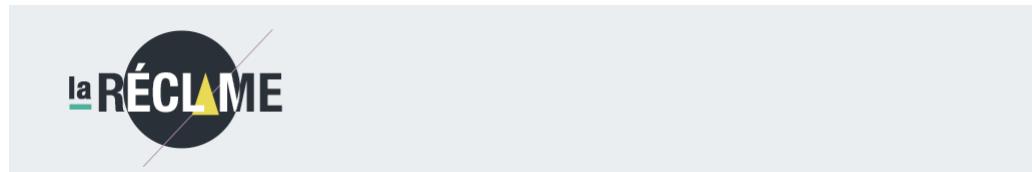


Sid Lee Paris / Assassin's Creed : Défiez l'Histoire

Sid Lee Paris a imaginé une immense fresque pour la sortie d'*Assassin's Creed IV*, réalisée par les Beaux-Arts. Cette oeuvre gigantesque rend hommage aux fans, dont elle inclut les nombreux visages dans une peinture interactive de piraterie.



LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES



Unit Image / The Crew : Trailer

La bande-annonce du jeu The Crew réalisée par [Unit Image](#) s'est démarquée grâce à la qualité de son animation. La vidéo a d'ailleurs été primée au Club des DA dans la catégorie Animation.