



Revue de presse Mars – Avril 2017

24 MAI CONSEIL – AVRIL 2017



Sommaire

- 27/03/17 - Design Fax - « DA et designers, même combat »
- 31/03/17 - CBNews.fr - « Les prix du Club des DA récompensent les faiseurs »
- 03/04/17 - CBNews La Matinale - « Les prix du Club des DA récompensent les faiseurs »
- 04/04/17 - Lefigaro.fr - « Le Club des Directeurs Artistiques fête ses 50 ans »
- 04/04/17 - Lesechos.fr - « Le Club des Directeurs Artistiques met BETC à l'honneur »
- 05/04/17 - Le Figaro - « Le Club des Directeurs Artistiques fête ses 50 ans »
- 05/04/17 - BlogLeNodal.com - « France Télévisions primé Annonceur de l'année au Club des DA »
- 05/04/17 - StratégiesNews - « Le Club des Da couronne BETC »
- 05/04/17 - CBNews La Matinale - « 48^{ème} Palmarès du Club des Directeurs Artistiques »
- 05/04/17 - La Correspondance de la Publicité - « 48^{ème} palmarès du Club des Directeurs Artistiques : M. Stéphane Xiberras (BETC) et le tandem composé de MM. Benjamin Marchal et Faustin Claverie (TBWA) désignés directeurs de création de l'année »
- 05/04/17 - Stratégies.fr - « BETC et France Télévisions, grands gagnants au Club des DA »
- 05/04/17 - Influencia - « Le Club des DA a récompensé ses créatifs cuvée 2017 »
- 05/04/17 - Emarketing.fr - « 7 médias récompensés par le Club des Directeurs Artistiques »
- 05/04/17 - Libération.fr - « Libé lauréat du prix du Club des Directeurs Artistiques pour sa une American Psycho »
- 05/04/17 - FranceTV Pro – « France Télévisions, Annonceur de l'année ; 2 prix pour France Info »
- 05/04/17 - Satellifax - « France Télévisions consacré « Annonceur de l'Année » par le Club des Directeurs Artistiques »
- 06/04/17 - Stratégies - « Inspirations / Palmarès club des DA : Beauté superficielle »
- 06/04/17 - L'ADN - « Le Club des Directeurs Artistiques décerne son 48^{ème} palmarès »
- 06/04/17 - Le Jour Sans Pub - « Le Club des DA : pour une poignée de boules »
- 06/04/17 - La Réclame - « Le palmarès du Club des DA 2017 »
- 06/04/17 - La List - « C'est cadeau, gagner l'édition 2017 du livre du Club des DA »
- 07/04/17 - Admirable Design - « Le design récompensé »
- 07/04/17 - La Réclame Facebook - « Ce que j'ai retenu du dernier Club des DA, teasing »
- 10/04/17 - La Réclame - « Comment relever le niveau de la création »
- 10/04/17 - Design Fax - « Le Club des DA a remis ses prix »
- 11/04/17 - La Réclame Twitter - « Comment relever le niveau de la création #CD2017 »
- 12/04/17 - PixelCréation.fr - « Edito, Palmarès Print & Design, Film & Animation”
- 17/04/17 - Storytelling Twitter - « Comment relever le niveau de la création »
- 18/04/17 - Le Jour Sans Pub - « La question du jour au Club des DA »

DA et designers, même combat

TOUT LE MONDE NE LE SAIT PAS. MAIS DEPUIS 2008, LE CÉLÈBRE CLUB DES DA INTÈGRE LE DESIGN ET LA TYPOGRAPHIE. UNE RECONNAISSANCE LOGIQUE ET ESSENTIELLE.

Le 48ème palmarès du Club des DA 2017 sera programmé le 4 avril prochain. Le Club des DA, c'est l'association mythique des créatifs publicitaires qui chaque année, remettent un palmarès très attendu car ce sont les créatifs qui se jugent. Mais qui sait que le Prix du Club des DA comprend 18 catégories parmi lesquelles beaucoup ne relèvent pas de la seule publicité ? Ainsi les catégories Design et Typographie. Et 2017, c'est la neuvième édition pour les catégories design et typographie du Club des DA. "Au départ, cette ouverture est venue de la volonté du président du Club, Bertrand Suchet, de ne plus représenter que la publicité", raconte Herveline Fabre (directrice de création, fondatrice de l'agence 1909 et de la Manufacture Parisienne), l'un des moteurs avec, au départ, Gilles Deléris (agence W) de l'intégration du design au Club des DA. Une évolution logique car dans les publicités, le jury jugeait aussi le design et la typo des campagnes. Herveline Fabre gère la catégorie Design pour le Club des DA. C'est elle qui choisit les présidents et les membres du jury.

"Nous avons à la fois des personnes représentatives de la profession du design mais avec des profils multiples : designers, architectes... (cf. encadré). Le design au Club des DA regroupe trois grands pôles : l'identité-branding, le packaging comme objet de communication (mais il n'y a pas de design produit au sens strict) et l'espace-scénographie". Pour la catégorie Typo, le jury est différent. Les prix récompensent, à titre individuel, des professionnels d'agences, de studio de création... mais aussi des designers indépendants.

"Nous avons reçu encore cette année de très beaux projets. Nous voyons dans la short-list des ambitions très différentes. C'est cela qui fait la richesse du prix du Club des DA", insiste Herveline Fabre en ajoutant : "Chaque prix fait l'objet de discussions souvent animées !". Dans la short-list 2017 : Aéroport de Paris, Artcurial, Les Journées européennes des métiers d'art, Monoprix...

En 2016, 13 projets ont été récompensés, parmi lesquels, en design d'espace, un terrain de basket rue Duperré à Paris, dessiné par III Studio, sur une idée de la boutique de vêtements Pigalle avec le soutien de Nike. Le studio s'est inspiré d'une œuvre de l'artiste russe Kazimiz Malevich pour transformer ce lieu étiqueté en un espace coloré et vivant. "Le résultat est une magnifique œuvre d'art qui fait vivre le quartier, note Herveline Fabre. Quand le design illumine la ville !

www.leclubdesad.org/archives-creatives

www.leclubdesad.org. ■

Le jury design du Prix du Club des DA

Président

- Pablo Reinoso, artiste, designer

Jurés

- Clémentine du Pontavice, artiste, designer, fondatrice HopHopHop
- Delphine Bommelaer, associée, directrice de création design et contenus, Babel
- Géraldine Servaire Mahieux, Ceo – directrice de création retail Servaire & Co
- Ionna Vautrin, designer
- Paul Henri Masson, directeur artistique, co-fondateur Le Chocolat des Français
- Violaine Orsini, directrice artistique, Studio Violaine & Jeremy

"Les prix du Club des DA récompensent les faiseurs"

Le 31/03/2017 à 16:46 par [Amélie Nebia](#)



A quelques heures de la révélation des primés de la 48ème édition, Bertrand Suchet, le président du Club des Directeurs Artistiques, explique en quoi "un prix chez nous, n'est pas un prix de plus !".

Nous et les autres. C'est en substance ce que défend le président du Club des Directeurs Artistiques. Le palmarès de la 48ème édition des Grands Prix sera dévoilé mardi 4 avril au soir à la Maison de la radio. "On ne remet pas un prix de plus !" explique Bertrand Suchet "c'est un prix de professionnel pour les professionnels. Nous ne sommes pas dans un exercice complaisant de publicité pour une agence ou une boîte de production. Nous récompensons le travail des artisans et de tous les faisceurs de la création". Le Club des Directeurs Artistiques, association à but non lucratif, rassemble la communauté des créatifs qui œuvrent dans le secteur de la communication et des arts appliqués : designers, directeurs artistiques, concepteurs, réalisateurs, photographes, graphistes, typographes, dessinateurs de caractères, web designers, sound designers, illustrateurs, métiers de la production et de l'événementiel ..."La vocation du Club consiste à être, à sa manière, une société d'encouragement pour les arts appliqués" poursuit Bertrand Suchet "pour sa 48ème édition, la compétition a réuni plus de 1 600 travaux répartis dans 17 catégories, ce qui représente l'équivalent des inscriptions de travaux français aux Cannes Lions. Au total [130 jurés](#) ont œuvré à l'élaboration du palmarès qui compte cette année 55 prix et 63 nominations".

Tendances...

"On est toujours surpris par des réalisations brillantes. On est hors tendances" explique encore Bertrand Suchet avant de dénoncer au niveau global "un manque d'audace et de parti pris. Du coup, les marques se distinguent peu les unes des autres. On sent que cela ronronne ! Le secteur automobile par exemple se distingue par la médiocrité des réalisations. On est vraiment dans le déstockage ! Les créatifs semblent avoir renoncé à avoir des positions et des idées." Ceux qui se distinguent dans cette compétition créative ont quelques points communs "un grand niveau d'exigence dans le fond et dans la forme".

Les jeunes

Le Club de DA monte des expositions thématiques, notamment à Arles, pour encourager la jeune photographie, "qui souffre avec les banques d'images" et tisse des relations avec le Centre National des Arts Plastiques pour soutenir la création graphique. Enfin, et surtout, il s'adresse aux écoles d'art pour encourager des élèves des opportunités du secteur (via le concours du Club). Il leur permet d'entrer en contact avec leurs futurs employeurs qu'il s'agisse de salariat ou de travail indépendant. Il les encourage via un concours annuel devenu une épreuve de référence du cursus d'apprentissage.

[Découvrir la shorlist](#)

Création**"Les prix du Club des DA récompensent les faiseurs"**

A quelques heures de la révélation des primés de la 48ème édition, Bertrand Suchet, le président du Club des Directeurs Artistiques, explique en quoi "un prix chez nous, n'est pas un prix de plus ! ". [Lire la suite](#)

"Les prix du Club des DA récompensent les faiseurs"

Le 31/03/2017 à 16:46 par [Amelle Nebia](#)

0 5 A- A+

J'aime 5 Tweet G+1 0 Partager



A quelques heures de la révélation des primés de la 48ème édition, Bertrand Suchet, le président du Club des Directeurs Artistiques, explique en quoi "un prix chez nous, n'est pas un prix de plus !".

Nous et les autres. C'est en substance ce que défend le président du Club des Directeurs Artistiques. Le palmarès de la 48ème édition des Grands Prix sera dévoilé mardi 4 avril au soir à la Maison de la radio. "On ne remet pas un prix de plus !" explique Bertrand Suchet "c'est un prix de professionnel pour les professionnels. Nous ne sommes pas dans un exercice complaisant de publicité pour une agence ou une boîte de production. Nous récompensons le travail des artisans et de tous les faiseurs de la création". Le Club des Directeurs Artistiques, association à but non lucratif, rassemble la communauté des créatifs qui œuvrent dans le secteur de la communication et des arts appliqués : designers, directeurs artistiques, concepteurs, réalisateurs, photographes, graphistes, typographes, dessinateurs de caractères, web designers, sound designers, illustrateurs, métiers de la production et de l'événementiel ..."La vocation du Club consiste à être, à sa manière, une société d'encouragement pour les arts appliqués" poursuit Bertrand Suchet "pour sa 48ème édition, la compétition a réuni plus de 1 600 travaux répartis dans 17 catégories, ce qui représente l'équivalent des inscriptions de travaux français aux Cannes Lions. Au total [130 jurés](#) ont œuvré à l'élaboration du palmarès qui compte cette année 55 prix et 63 nominations".

Tendances...

"On est toujours surpris par des réalisations brillantes. On est hors tendances" explique encore Bertrand Suchet avant de dénoncer au niveau global "un manque d'audace et de parti pris. Du coup, les marques se distinguent peu les unes des autres. On sent que cela ronronne ! Le secteur automobile par exemple se distingue par la médiocrité des réalisations. On est vraiment dans le déstockage ! Les créatifs semblent avoir renoncé à avoir des positions et des idées." Ceux qui se distinguent dans cette compétition créative ont quelques points communs "un grand niveau d'exigence dans le fond et dans la forme".

Les jeunes

Le Club de DA monte des expositions thématiques, notamment à Arles, pour encourager la jeune photographie, "qui souffre avec les banques d'images" et tisse des relations avec le Centre National des Arts Plastiques pour soutenir la création graphique. Enfin, et surtout, il s'adresse aux écoles d'art pour encourager des élèves des opportunités du secteur (via le concours du Club). Il leur permet d'entrer en contact avec leurs futurs employeurs qu'il s'agisse de salariat ou de travail indépendant. Il les encourage via un concours annuel devenu une épreuve de référence du cursus d'apprentissage.

Découvrir la [shorlist](#)

Le Club des directeurs artistiques fête ses 50 ans

Home > ÉCONOMIE > MÉDIAS & PUBLICITÉ Par Alexandre Debouté | Publié le 04/04/2017 à 21:55



Cette institution reconnue des créatifs publicitaires remettait son palmarès 2017 ce mardi soir.

Le Club des directeurs artistiques dévoilait, mardi soir, son palmarès 2017, temps fort du secteur publicitaire avec plus de 150 créatifs récompensés par leurs pairs pour leurs travaux de l'année écoulée. À 50 ans, la vénérable institution, présidée bénévolement par Bertrand Suchet, fondateur de l'agence Louis XIV et ancien patron de DDB Paris, veut jouer à plein son rôle de défricheur de talents et de promoteur de la publicité de qualité.

«Nous sommes dans une guerre économique globale avec une place à défendre, explique Bertrand Suchet. En France, on fabrique des avions, on produit du champagne, mais on développe aussi des talents, qu'ils soient graphistes, concepteurs rédacteurs ou spécialistes des effets spéciaux ou de la photo. Il faut rendre tout cela visible, montrer que c'est un vrai secteur économique où les Français ont des raisons d'être fiers.»

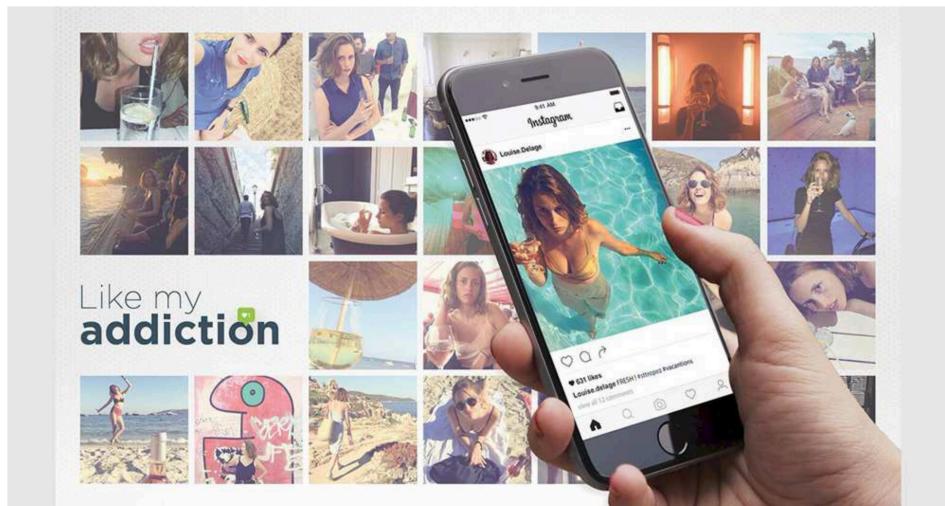
C'est la mission du Club: refléter la ...

Cet article a été publié dans l'édition du Figaro du 05/04/2017 . 82% reste à lire.

Cet article est réservé aux abonnés **LE FIGARO PREMIUM**.

Le Club des Directeurs Artistiques met BETC à l'honneur

VÉRONIQUE RICHEBOIS | Le 04/04 à 22:00 |



Campagne d'alerte contre l'alcoolisme, utilisant un faux compte Instagram et signée BETC, #Likemyaddiction a été primée mardi au Club des Directeurs Artistiques.

Le Club des « DA » fêtait mardi soir sa 48ème édition. La manifestation qui récompense les créatifs talentueux n'a rien perdu de son éclectisme et de son mordant.

Calé dans un fauteuil hype d'un restaurant branché sur l'Esplanade des Invalides, Bertrand Suchet, comme à son habitude, ne mâche pas ses mots. Cela fait dix ans pile que le « Falstaff » de la pub française, personnage rabelaisien avec son goût de la bonne chère, de la dive bouteille et du parler franc, préside le Club des Directeurs Artistiques.

Chaque année, cette association à but non lucratif salue le travail, non pas d'une agence de publicité, mais de créatifs jugés comme des créatifs. Mardi soir, à l'occasion de la 48ème édition du Prix tenu à la Maison de la Radio, le Club des Directeurs Artistiques a décerné à France Télévisions le Prix de l'Annonceur de l'année.

Puis, cela a été au tour de Rémi Campet, issu de l'agence BETC, de remporter le prix du Rédacteur de l'année 2017 et de Rayhaan Kobadux de BETC (*bis repetita*) de décrocher celui de Meilleur directeur artistique. Le Créatif de l'année désigné est Benjamin Dessagne de l'agence Buzzman.

Enfin, le Grand Prix du Directeur de Création de l'année est allé à... trois créatifs : Stéphane Xiberras co-président et directeur de création de BETC, et le tandem Benjamin Marchal et Faustin Claverie de TBWA/Paris. Bref, des valeurs sûres, même s'il faut relever la montée en puissance de la jeune agence Buzzman, qui fut d'abord un **pure-player** digital.

Pas de complaisance

« C'est un prix de professionnels pour les professionnels où l'on ne remet pas un prix de plus ! Nous ne sommes pas dans un exercice complaisant de publicité pour une agence ou une boîte de production ! Nous récompensons le travail des artisans et de tous les faiseurs de création », martèle Bertrand Suchet, ancien président et directeur de création multi -primé de DDB/Paris (Omnicom), vaguement agacé qu'on range « son » prix dans la même catégorie que le Grand Prix de la Communication Extérieure - « une manifestation organisée par les afficheurs pour les afficheurs », estime-t-il, ou dans celle des EFFIE, récompensant l'efficacité d'une campagne en termes de vente ou de notoriété.

Communauté éclectique

Indiscipliné, chahuteur, et quelque peu nombriliste, le Club des Directeurs Artistiques ou Club des DA, comme on le surnomme familièrement, créé en 1968 sous l'éminent parrainage du D&A britannique (né en 1962) et du Art Directors Club américain (lancé en 1927), a de fait longtemps fait figure d'ovni dans un univers de plus en plus formaté. Car c'est toute une communauté éclectique que le Club des Directeurs Artistiques rassemble désormais, opérant dans le secteur de la communication et des arts appliqués : designers, directeurs artistiques, concepteurs, réalisateurs, photographes, graphistes, typographes, dessinateurs de caractères, Web designers, sound designers, illustrateurs, métiers de la production et de l'événementiel...

Même s'il n'y a, en réalité, rien de plus classique et institutionnel que la manière dont fonctionne l'institution : cette année, 1.600 travaux, répartis dans 17 catégories, ont été envoyés aux 130 jurés. Soit l'exact équivalent de ce que la France envoie chaque année aux Cannes Lions. De ces travaux ont été retenues 55 récompenses, dont quelques véritables pépites comme le dernier spot Intermarché, signé Romance, mini-film aux allures de Truffaut ; « Likemyaddiction?# » de BETC, vrai/faux compte Instagram d'une prénomée Louise souffrant de problèmes d'alcool... ; ou encore la dernière campagne pour la Mairie de Paris. Une façon de mettre en exergue les codes publicitaires de la période : brouillage réalité/fiction, moindre importance accordée à l'humour en 2017...

Même Bertrand Suchet ne peut s'empêcher de tacler la créativité dans bon nombre de secteurs, en tête desquels les constructeurs automobiles : « *Aucun avantage client mis en avant, aucune vision de marque* ». Tout comme il souligne l'importance démesurée attachée à la forme : « *On voit beaucoup de films bénéficiant d'une réalisation très légère, sophistiquée... mais creuse. La forme n'est mise en avant que pour faire oublier la vacuité du fond et le fait que les marques continuent à pratiquer la langue de bois,* » égratigne-t-il. Chassez le naturel...

Véronique Richebois

@VRichebois  Suivre

Le Club des directeurs artistiques fête ses 50 ans

Cette institution reconnue des créatifs publicitaires remettait son palmarès 2017 mardi soir.

ALEXANDRE DEBOUTE  @axel_deb

COMMUNICATION Le Club des directeurs artistiques dévoilait, mardi soir, son palmarès 2017, temps fort du secteur publicitaire avec plus de 150 créatifs récompensés par leurs pairs pour leurs travaux de l'année écoulée. À 50 ans, la vénérable institution, présidée bénévolement par Bertrand Suchet, fondateur de l'agence Louis XIV et ancien patron de DDB Paris, veut jouer à plein son rôle de défricheur de talents et de promoteur de la publicité de qualité.

« Nous sommes dans une guerre économique globale avec une place à défendre », explique Bertrand Suchet. En France, on fabrique des avions, on produit du champagne, mais on développe aussi des talents, qu'ils soient graphistes, concepteurs réducteurs ou spécialistes des effets spéciaux ou de la photo. Il faut rendre tout cela visible, montrer que c'est un vrai secteur économique où les Français ont des raisons d'être fiers. »

C'est la mission du Club : refléter la publicité dans ce qu'elle a de meilleur et encourager la création, à l'heure où la publicité traverse une période de grand chambardement, critiquée de toute part et en particulier pour certaines de ses dérives ou de ses abus sur Internet. « Nous sommes une société d'encouragement au service d'une corporation qui exerce ses talents bien au-delà de la publicité », souligne Bertrand Suchet. Il n'y a pas que de grands courtiers ou de grands chefs cuisiniers en France. Il y a une « French Touch » dans les univers créatifs en dehors de la musique. Le mouve-

ment a pris de l'ampleur ces dernières années avec le développement des contenus pour les marques, films courts ou longs, jeux vidéo et autres créations interactives qui mobilisent des cohortes d'artistes de la production, souvent issus du milieu publicitaire et qui deviennent pour les plus talentueux d'entre eux des stars.

Nouvelles écritures

Le Club, qui compte aujourd'hui 500 membres, a ainsi découvert et accompagné certains des grands noms de la création française, comme Jean-Paul Goude, Jean-Baptiste Mondine ou Étienne Chatiliez. Il reste une pépinière, et aussi un partenariat pour une vingtaine d'écoles de la création, comme l'École de la communication visuelle (ECV), ntui Lab, l'École nationale supérieure des arts appliqués et des métiers d'art Olivier de Serres, ou Sup de Crée Lille et Londres.

Parmi les adhérents au Club et ses



Bertrand Suchet,
président du Club des
directeurs artistiques.

DR

plus fervents ambassadeurs, le réalisateur et plasticien Bruno Avellan, à l'origine de très beaux films pour de grands noms du luxe comme Cartier ou Vuitton, fait du travail de pédagogie auprès des marques pour qu'elles acceptent de faire juger leurs créations quand celles-ci n'ont pas transité par les agences. « Le Club demeure la seule organisation française qui, au fil des

années, établit une véritable échelle des valeurs créatives, juge-t-il. Il y a des festivals pour tous les genres de films, mais pas d'équivalent pour les métiers de la production. »

La génération montante attribue au Club un rôle de creuset des métiers et une approche globale de la création à l'heure des nouvelles écritures digitales, comme le souligne le touche-à-tout de l'édition Joachim Roncin, concepteur du slogan « Je suis Charlie » au moment des attentats de janvier 2015 à Paris et directeur artistique du gratuit de mode Stylist. « Aujourd'hui, les réalisateurs sont aussi photographes et concepteurs digitaux », observe Elsa Rakotoson, fondatrice de Frenzy, une société de production qui s'est fait connaître grâce aux technologies utilisées pour ses clips, et l'une des rares structures non américaines à travailler sur des productions de contenus pour Apple. Les nouveaux graphismes venus du numérique ont aussi porté le succès de l'agence 84 Paris des frères Olivier et Hervé Bienaimé. De studio de production, leur entreprise est en train de devenir une agence très en vue qui travaille pour Google, Facebook ou L'Oréal.

Le Club promeut aussi une forme de tradition qui retrouve ses lettres de noblesse avec le numérique. Comme la typographie, qui conserve une section du palmarès et un bel avenir. Il y a une école française très réputée, défendue vaillamment par Jean-François Porchez, autre membre éminent du Club, qui a créé des lettres originales pour Nespresso, Vuitton ou Sephora et est à l'origine de toutes les typographies du métro parisien. ■

France Télévisions, annonceur de l'année

Le Club des directeurs artistiques a récompensé, mardi soir, France Télévisions en lui remettant le prix de l'annonceur de l'année pour saluer « le travail créatif effectué sur l'ensemble de ses marques - France 3, France 4, Franceinfo (projet porté par les groupes France Télévisions et Radio France, l'INA et l'AEF) -, et rendre

un hommage au travail réalisé par et pour les différentes antennes du groupe». Le lancement de la chaîne d'information en continu Franceinfo, diffusée depuis septembre dernier, a reçu le prix de l'habillage global de chaîne et celui du design global de marque pour tout le travail réalisé par l'agence Movement. Parmi les créatifs les plus cités

lors du palmarès 2017, Stéphane Xiberras (BETC) et le tandem formé par Benjamin Marchal et Faustin Claverie (TBWA Paris) ont été désignés directeurs de création de l'année. Avec six citations, Benjamin Dessagne (Buzzman), notamment auteur de campagnes pour Burger King, a, lui, été sacré créatif de l'année. A.D.

Mercredi, 5 avril 2017

France Télévisions primé Annonceur de l'année au Club des DA

Hier soir, France Télévisions a remporté le prestigieux prix de l'Annonceur de l'année décerné par le Club des Directeurs artistiques. Parmi des centaines de candidats, le Club des DA célèbre chaque année l'annonceur ayant fait le plus preuve de créativité et d'audace.



lenodal
@lenodal

Suivre

Le prix de l'Annonceur de l'année du #ClubdesDA est décerné à
@Francetele #motiondesign #habillage

22:25 - 4 Apr 2017

← 4 ❤ 5

"*Cette distinction attribuée pour la 7eme année consécutive récompense tout autant l'audace créative que la qualité de l'exécution, et la capacité à mobiliser de multiples compétences.*" précise le Club, qui a souhaité saluer les travaux effectués pour l'ensemble des marques du groupe et récompensés par ailleurs dans la catégorie Habillement TV (voir notre article consacré) :

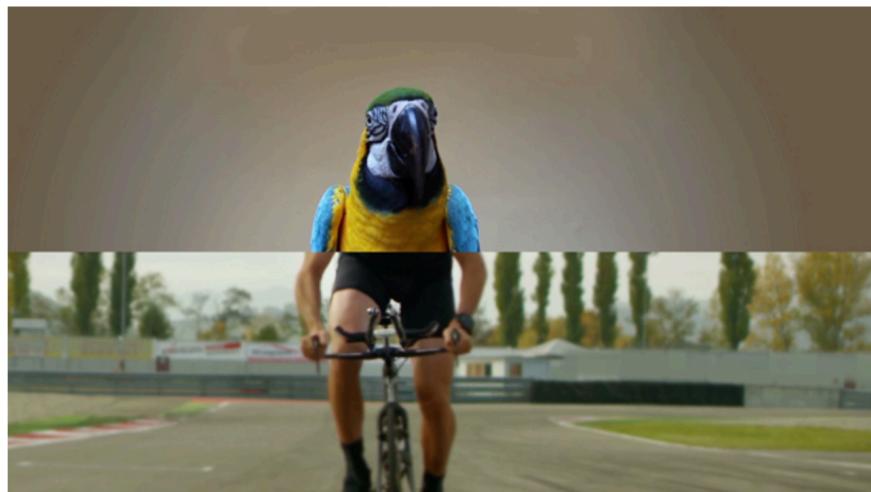
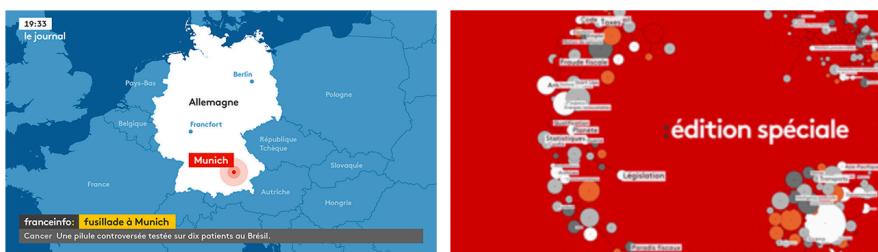
France Info : Prix Habillage Global de Chaîne

France Info : Prix Design Global de Marque

France 3 Habillages Les Marmottes Eté et Hiver : Nominations

France 4 VF / VOST : Nomination

France 4 Les J.O. : Nomination



Ces campagnes ont été pilotées respectivement par les directions artistiques de France Télévisions (Eric Rinaldi), France 3 (Laurent Sauvage), et France 4 (Sophiane Tilikete puis Didier Leclerc).



lenodal
@lenodal

[Suivre](#)

Eric Rinaldi et Philippe Delœuvre pour [@Francetele](#) reçoivent le
prix d'annonceur de l'année [#ClubdesDA](#) [#motiondesign](#)
[#habillage](#)

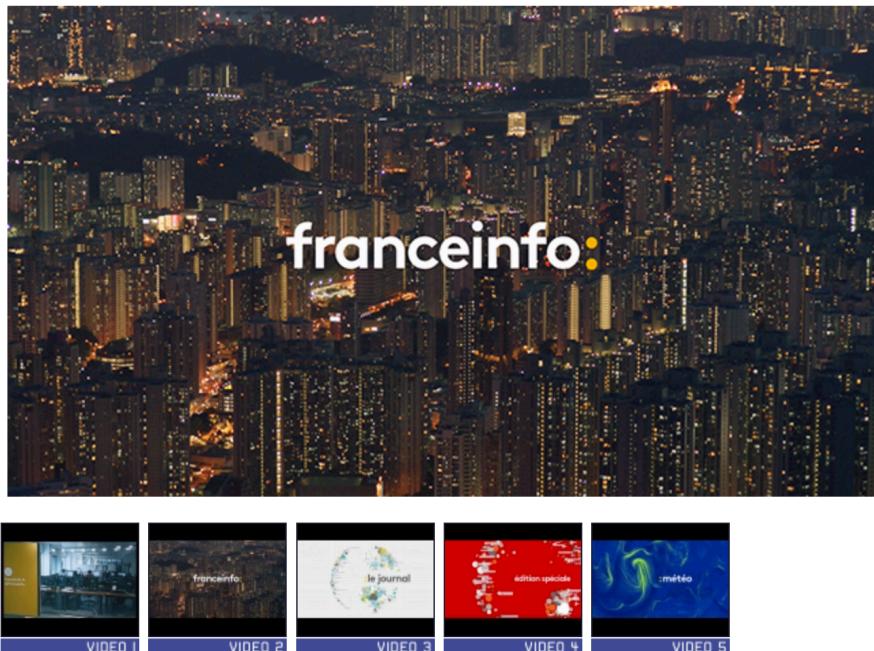
22:25 - 4 Apr 2017

◀ 2 ⏪ 3

A l'occasion de cette distinction, rencontre avec l'un des lauréats ; Eric Rinaldi, Directeur artistique de France Télévisions. Depuis près d'un an, il pilote la direction artistique des marques transverses de France Télévisions (France Télévisions, France Info, Pluzz, France Télévisions Créations, France TV Sport...) ainsi que les campagnes publicitaires film / print / digital des différentes chaînes du groupe.

Après une licence d'Arts Plastiques, Eric Rinaldi s'est rapidement intéressé à la publicité et a fait ses armes chez Publicis, McCann et Saatchi. Il a ensuite rejoint France 5 comme Directeur artistique : "Venant de la publicité, ce qui m'a servi à la télévision c'est le monde des idées, des concepts. C'est ce que j'ai voulu développer lorsque je suis arrivé chez France 5. Je pense que l'important n'est pas juste de 'faire joli' mais d'apporter du sens : cela façonne réellement l'identité de la chaîne et sa reconnaissance auprès du public" précise Eric Rinaldi.

A son arrivée à la Direction artistique de France Télévisions il y a un an, l'un de ses premiers chantiers a été le lancement du projet ambitieux de France Info : "Nous sommes partis d'une feuille blanche avec la volonté de faire vraiment du 'mobile first' ; c'était à la fois enthousiasmant et vertigineux ! Nous avons travaillé main dans la main avec l'éditorial pour construire ce projet, avec une volonté de disruption par rapport aux codes traditionnels des chaînes d'info" souligne Eric Rinaldi. Rappelons que deux prix ont été décernés hier à ce projet par le Club des DA, dans la catégorie Habillage global de chaîne, mais aussi Design global de marque.



Au delà de l'aspect créatif, l'un des aspects soulignés par le prix d'Annonceur de l'année est la capacité de faire appel à des créatifs et agences de tous horizons : "En choisissant le Groupe France Télévisions, le Club des Directeurs Artistiques a notamment voulu récompenser la capacité de cet annonceur à faire travailler aussi bien des agences - petites ou grandes - que des studios de création et des créatifs de talent comme Sébastien Cannone, réalisateur et designer graphique rattaché à Movement Paris. La qualité du travail du Groupe France Télévisions ressort depuis plusieurs années dans les palmarès successifs du Club démontrant la constance de l'exigence créative de cet annonceur pour l'ensemble de ses marques" souligne Marie-Catherine Dupuy, Secrétaire Générale du Club des DA.

Eric Rinaldi précise : "Je me considère comme un directeur de création ; mon boulot c'est de trouver la bonne personne et la mettre au bon endroit. Nous faisons appel à des créatifs différents en fonction des projets, via des agences de broadcast design comme Movement, Gédéon, Dream On, mais aussi des agences de pub comme Publicis, Gabriel... J'estime que l'approche publicitaire, quand c'est possible, est très intéressante pour vendre un programme et travailler l'image de la chaîne".

Alors que le numérique fait évoluer le rôle de l'habillage et de l'identité de marque, les agences de broadcast design ont développé depuis quelques années des compétences en image de pub ; un terrain autrefois réservé aux agences de publicité seules : "Quand j'étais chez France 5, je ne pouvais pas toujours accéder aux agences de pub avec les budgets dont je disposais. J'ai commencé à demander à d'autres agences d'écrire des bandes annonces comme des films de pub, et nous l'avons systématisé. Cela a progressivement forgé l'image de France 5 et créé une bonne adhésion du public" précise Eric Rinaldi. "Ce qui est formidable à la télévision, c'est que l'on travaille sur du contenu riche ; il y a beaucoup de matière. Les bandes-annonces sont un vrai espace de liberté."

Après avoir repensé les éditions d'info de France 2 ([voir notre article consacré](#)), la DA Groupe prépare la refonte de Pluzz en mai prochain, l'évolution de la marque France TV Sport cet été et participe au dispositif sur la Présidentielle : "la réalité augmentée sera très utilisée ; elle apporte une vraie plus value pour présenter l'information". Avec Philippe Deloeuvre, Directeur de la marque, nous souhaitons faire évoluer France Télévisions vers une marque utile".

Retrouvez l'ensemble du palmarès Habillage TV dans notre article consacré au palmarès de la [48e Cérémonie du Club des DA](#).

Crédits

France Info : Prix Habillage Global de Chaîne / Agence : Movement / Direction artistique FTV : Eric Rinaldi / Musique : Jean Michel Jarre / Réal Radio Radio France : Bruno Carpentier
 France Info : Prix Design Global de Marque / Agence : Movement / Direction artistique FTV : Eric Rinaldi / Musique : Jean Michel Jarre / Réal Radio Radio France : Bruno Carpentier
 France 3 Habillages Les Marmottes Eté et Hiver : Nominations / Agence : Dream On / Direction artistique : Laurent Sauvage
 France 4 VF / VOST : Nomination / Agence : Dream On / Direction artistique : Sophieane Tilikete
 France 4 Les J.O. : Nomination / Agence : Gédéon / Direction artistique : Sophieane Tilikete

 Posté par Johann F
 @oyoyoo

L'EVENEMENT

Le Club des DA couronne BETC

PALMARÈS. Mardi 4 avril, le Club des DA a rendu son verdict, distinguant BETC avec 9 Prix, notamment pour Canal+, Addict'Aide et Cilit Bang. L'agence devance TBWA (5 Prix) qui s'est démarqué avec Playstation, et Buzzman (4 Prix), qui a une nouvelle fois séduit le jury avec sa réponse à McDonald's «Who is the king» pour Burger King. Côté films, les seules couronnées sont Buzzman (30 millions d'amis, Burger King) et BETC (Canal, Cilit Bang, Ubisoft). Le Prix de l'annonceur de l'année a été remis au groupe France Télévisions pour son travail sur l'ensemble de ses marques et notamment le lancement de France Info: Ouvrez l'info. Côté créatifs, Stéphane Xiberras (BETC) et le duo Benjamin Marchal et Faustin Claverie (TBWA) ont reçu le prix de directeur de création de l'année, Benjamin Dessagne (Buzzman) a reçu le Prix de créatif de l'année, Rayhaan Khodabux (BETC) celui de directeur artistique et Rémi Campet (BETC), concepteur-rédacteur de l'année. L'intégralité du palmarès est à découvrir sur Stratégies.fr.

48ème palmarès du Club des Directeurs Artistiques



Lors de sa traditionnelle soirée de remise des prix qui se tenait à la Maison de Radio France hier soir, le Club des Directeurs Artistiques a récompensé 55 campagnes. Les grands gagnants de ce 48ème palmarès du Club des DA sont Stéphane Xiberras (BETC) et le tandem Benjamin Marchal et...

[Lire la suite](#)

48ème palmarès du Club des Directeurs Artistiques

Le 05/04/2017 à 00:39 par Amelle Nebia



Lors de sa traditionnelle soirée de remise des prix qui se tenait à la Maison de Radio France hier soir, le Club des Directeurs Artistiques a récompensé 55 campagnes. Les grands gagnants de ce 48ème palmarès du Club des DA sont Stéphane Xiberras (BETC) et le tandem Benjamin Marchal et Faustin Claverie (TBWA) qui ont été élus meilleurs directeurs de création, Rayhaan Khodabux (BETC) étant le DA de l'année et Benjamin Dessagne (Buzzman) le créatif de l'année. Par ailleurs le club a décerné à France Télévisions, le Prix de l'Annonceur de l'Année. Cette distinction (attribuée pour la 7ème année consécutive) récompense l'audace créative, la qualité de l'exécution et la capacité à mobiliser de multiples compétences. Le Club des DA salue le travail créatif effectué sur l'ensemble des marques de France Télévisions - France 3, France 4, France Info (projet porté par les groupes France Télévisions et Radio France) - et rend un hommage au travail réalisé par et pour les différentes antennes du groupe. " En choisissant France Télévisions, le Club des Directeurs Artistiques a notamment voulu récompenser la capacité de cet annonceur à faire travailler aussi bien des agences - petites ou grandes - que des studios de création et des créatifs de talent comme Sébastien Cannone, réalisateur et designer graphique rattaché à Movement Paris. La qualité du travail de France Télévisions ressort depuis plusieurs années dans les palmarès successifs du Club démontrant la constance de l'exigence créative de cet annonceur pour l'ensemble de ses marques " précise Bertrand Suchet, président du Club des Directeurs Artistiques.

Campagnes de France Télévisions distinguées

- France Info : Prix Habillage Global de Chaîne / Movement (France Télévisions/Radio France/INA/AEF)
- France Info : Prix Design Global de Marque / Movement (France Télévisions/Radio France/INA/AEF)
- France 3 : Habillage les Marmottes été et Hiver : Nominations / Dream On
- France 4 Vost : Nomination / Gédéon Communication
- France 4 Les J.O : Nomination / Gédéon Communication

Ces campagnes ont été pilotées respectivement par les directions artistiques de France Télévisions (Eric Rinaldi), France 3 (Laurent Sauvage) et France 4 (Sophiane Tiliikete puis Didier Leclerc).

Les talents de l'année

Directeurs de création de l'année : Stéphane Xiberras / BETC et Benjamin Marchal et Faustin Claverie / TBWA

Créatif de l'année : Benjamin Dessagne / Buzzman (6 citations)

Directeur artistique de l'année : Rayhaan Khodabux / BETC

CR de l'année : Rémi Campet / BETC. Le team s'est notamment illustré sur la campagne Like My Addiction primée deux fois et sur la campagne Euromillions Française des Jeux, short listée et nominée.

Le palmarès complet [ICI](#)

48^{ème} palmarès du Club des directeurs artistiques : M. Stéphane XIBERRAS (BETC) et le tandem composé de MM. Benjamin MARCHAL et Faustin CLAVERIE (TBWA) désignés directeurs de création de l'année

Le Club des directeurs artistiques, qui rassemble la communauté des créatifs œuvrant dans le secteur de la communication et des arts appliqués, a révélé mardi soir à la Maison de Radio France le palmarès de la 48^{ème} édition de sa compétition annuelle.

Pour cette édition ayant réuni plus de 1 600 travaux répartis dans 17 catégories, ce sont au total 147 jurés qui ont œuvré à l'élaboration du palmarès, qui compte cette année 55 prix et 63 nominations.

Les talents créatifs de l'année

Le palmarès 2017 a permis de distinguer les talents créatifs de l'année. Dans ce cadre, M. Stéphane XIBERRAS (BETC) et le tandem composé de MM. Benjamin MARCHAL et Faustin CLAVERIE (TBWA) se voient désignés directeurs de création de l'année tandis qu'avec six citations, M. Benjamin DESSAGNE (Buzzman) est sacré créatif de l'année.

M. Rayhaan KHODABUX (BETC) est directeur artistique de l'année alors que M. Rémi CAMPET (BETC) est désigné concepteur-rédacteur de l'année. Le team s'est notamment illustré sur la campagne "Like My Addiction", primée deux fois, et sur la campagne Euromillions Française des jeux, shortlistée et nominée.

France Télévisions consacré annonceur de l'année

Pour son édition 2017, le Club des directeurs artistiques a décerné à France Télévisions le prix de l'annonceur de l'année. Cette distinction, attribuée pour la septième année consécutive, récompense tout autant l'audace créative que la qualité de l'exécution et la capacité à mobiliser de multiples compétences.

Au travers de cette récompense, le Club des directeurs artistiques a souhaité saluer le travail créatif effectué sur l'ensemble des marques de France Télévisions – France 3, France 4, FranceInfo (projet porté par les groupes France Télévisions et Radio France, l'INA et l'AEF) –, et rendre hommage au travail réalisé par et pour les différentes antennes du groupe.

"En choisissant France Télévisions, le Club des directeurs artistiques a notamment voulu récompenser la capacité de cet annonceur à faire travailler aussi bien des agences – petites ou grandes – que des studios de création et des créatifs de talent comme M. Sébastien CANNONE, réalisateur et designer graphique rattaché à Movement. La qualité du travail de France Télévisions ressort depuis plusieurs années dans les palmarès successifs du Club démontrant la constance de l'exigence créative de cet annonceur pour l'ensemble de ses marques", a tenu à souligner M. Bertrand SUCHET, président du Club des directeurs artistiques.

Le palmarès complet : les 55 prix décernés

Catégorie	Sous-catégorie	Client	Création	Agence créative
Affichage	Affichettes PLV	Aides	Révélation (Piano, Parachute, Danse, Plongée)	TBWA Paris
	Affichage	L'Equipe	70 ans (La carte, L'anatomie)	DDB Paris
	Affiches	Monsieur Moustache	M. Moustache (Biker, Classic, Dandy, Jupe)	Altmann + Pacreau

Catégorie	Sous-catégorie	Client	Création	Agence créative
Design	Design global de marque	France Télévisions / France Info		Movement Paris
	Design global de marque	Groupe Aéroport de Paris	Paris vous aime	Babel
	Identité visuelle	Hermès	Hors les murs	Movement Paris
Film	Identité visuelle	Les Journées européennes des métiers d'arts	L'empreinte du geste	Violaine & Jeremy
	Design d'interfaces	SNCF	Défi Ingénieur saison 3	TBWA \ Paris
	Digital	Cilit Bang	The Mechanic	BETC
	Digital	Burger King France	Who is the King	Buzzman
	Télévision	30 Millions d'Amis	#Nonalabandon	Buzzman
	Cinéma	Ubisoft	Far Cry Primal, la charge	BETC
Habillage	Cinéma	Canal+	Kitchen	BETC
	Habillage global	France Télévisions / France Info		Movement Paris
	Bandé-annonce filmée	Canal +	Le Stadier	BETC
Photo	Habillage promotionnel	Arte	Summer of Scandals Iggy Pop	Arte
	Images mixtes, 3D, synthèse	Laboratoires JuvaSanté	Marie Rose Win the War (Cloportes, Moustiques, Poux)	La Manufacture Paris / Y&R
	Réalisation, bande son	Sony Playstation	#GamelsNeverOver	TBWA Paris
Son	Réalisation, bande son	Audemars Piquet	IF	Benzene
	Musique synchronisée	Ninoo	Happy Blue day	The
	Musique synchronisée	Burger King France	Le Feu	Schmooze
Typographie	Usages utilisation de la typographie en publicité imprimée	Française des Jeux	Loto (Une semaine de travail, Train, Montre)	BETC
	Usages utilisation de la typographie en mouvement	Hermès	Hors les Murs	Movement Paris
	Usages utilisation de la typographie en édition, identité visuelle	Nez	Magazine	Atelier Marge Design
Animation	Usages utilisation de la typographie en édition, identité visuelle	Hermès	Hors les Murs	Hors les Murs
	Lettrage logotype	Le Petit Casino	Casino	Les Bons Faiseurs
	Création de caractères	PS Fournier	Stéphane Elbaz	Typofonderie
Clips	Films publicitaires	Sony Playstation	#GamelsNeverOver2	TBWA Paris
	Films publicitaires	Mitsubishi		M. Bastien DUBOIS
	Clips	Dior Eau sauvage	Tribute to a legend	Jungler
Clips	Trailers jeux vidéo	Ubisoft Montréal	For Honor	Unit Images
	Low budget	Vood(oo)	Rone	Partizan
	Innovation	Heal Tomorrow	Naïve New Beaters	Solab
Craft Film	Nouveaux talents	Virile	The Blaze	Iconoclast
	Réalisation	Cilit Bang	The Mechanic	Partizan / BETC

Catégorie	Sous-catégorie	Client	Création	Agence créative
Digital	Réalisation	Canal +	Cuisine	Partizan / BETC
	Animation	Ubisoft Montréal	For Honor	Unit Images
	Online, expérience digitale	Pages Jaunes	Breakbot	Sid Lee Paris
	Social, brand content	Burger King	Who is the King	Buzzman
	Social	Addict' s Aide	Like my addiction	BETC
Direct	Campagne globale	Mouvement du Nid	Girls of Paradise	Mc Cann Paris
	Campagne globale	Prodiss	Ma place est dans la salle	Fred & Farid
	Opération d'activation digitale	Burger King	Who is the King	Buzzman
	Opération d'activation digitale	Addic't Aide	Like my addiction	BETC
Edition	Couverture	Libération	American Psycho	M. Alain CHARRIER
	Magazines, revues	Revue	Conversation & Esthétic1 et 2	M. Thibault MELTZ
	Magazines, revues	Carhartt	Skate Boarding	Look Specific
	Catalogue d'exposition	Galerie Vallois	Jean Tinguely's 60	Print Model
	Catalogue d'exposition	Provoke	Steidl	M. Pierre HOURQUET
Event	Communication, street marketing	Mountain Riders	Les sculptures	J.Walter Thompson
	Image et promotion de marque	Cartier	Dubaï	Luxuary Makers by Auditoire
Presse	Presse magazine	Nissan Europe	Parking is Not An Art (Peinture, Plâtre, Béton)	TBWA G1
	Presse magazine	L'Equipe	L'Equipe a 70 ans (La carte, L'anatomie, Le vocabulaire)	DDB Paris
	Direction artistique	Petit Bateau	Les Masques (Crabe, Singe, Lapin, Robot, Chien)	BETC

PALMARÈS

BETC ET FRANCE TÉLÉVISIONS, GRANDS GAGNANTS AU CLUB DES DA

05/04/2017 - par Clémence Duranton



Mardi 4 avril, le Club des DA a rendu son verdict, distinguant BETC avec 9 Prix notamment pour Canal+, Addict'Aide et Cilit Bang. L'agence devance TBWA (5 Prix) qui s'est démarqué avec Playstation, et Buzzman (4 Prix), qui a une nouvelle fois séduit le jury avec sa réponse à McDonald's «Who is the king» pour Burger King.

Côté films, les seules couronnées sont Buzzman et BETC. «*J'ai découvert le film de Buzzman pour 30 Millions d'amis lors des jurys et je l'ai adoré. Tout comme l'opération pour Burger King, qui a une très belle ironie, et la cuisine de Canal imaginée par BETC... Il faut se mettre à la place du téléspectateur: c'est agréable d'allumer sa télévision et de voir ce genre de films. Ils donnent une image sympathique de ces annonceurs*», partage Bertrand Suchet, président du Club.

Cette année, le Club a lancé une nouvelle catégorie, Animation, qui a récompensé quatre campagnes. «*On ne s'en rend pas vraiment compte mais on est très bons en animation, c'est une belle catégorie.*»

Le Prix de l'annonceur de l'année a été remis au groupe France Télévisions pour son travail sur l'ensemble de ses marques et notamment le lancement de France Info: Ouvrez l'info. «*Nous avons récompensé France Télévisions pour les prises de parole de ses différentes chaînes. Même si les coordinations sont différentes, on constate que le groupe a une communication enjouée et fraîche. Ils se sont notamment illustrés en catégorie Habillage, où l'on a vu de vraies petites merveilles.*»

Côté créatifs, Stéphane Xiberras (BETC) et le duo Benjamin Marchal et Faustin Claverie (TBWA) ont reçu le prix de directeur de création de l'année.

Palmarès du Club des DA 2017:

Directeurs de création de l'année

Stéphane Xiberras (BETC)

Benjamin Marchal et Faustin Claverie (TBWA)

Créatif de l'année

Benjamin Dessagne (Buzzman / 6 citations)

Directeur artistique de l'année

Rayhaan Khodabux (BETC)

Concepteur-rédacteur de l'année

Rémi Campet (BETC)

FilmBuzzman pour 30 millions d'amis – «Non à l'abandon»Buzzman pour Burger King France – «Who is the king»BETC pour Canal - «Kitchen»BETC pour Cilit Bang – «The Mechanic»

BETC pour Ubisoft - «Far cry primal - The charge» **Craft Film**BETC pour Canal+ - «Kitchen»BETC (Partizan) pour Cilit Bang – «The Mechanic»Unit Image pour Ubisoft – «For Honor» **Photo**La manufacture pour Juva Santé – «Win the war» **Habilage**Création interne pour Arte – «Summer of scandal»BETC pour Canal+ - «Le Stadier»Movement Paris pour France Télévisions– «FranceInfo» **Affichage**DDB Paris pour L'Equipe – «L'Equipe 70 ans : La carte, l'anatomie, le vocabulaire»Altmann+Pacreau pour M. Moustache – «Biker, Classic, Dandy, Jupe»TBWA Paris pour Aides – «Révélation : Piano, parachute, danse, plongée» **Digital**Sid Lee Paris pour PagesJaunes – «BreakboxPagesJaunes»Buzzman pour Buger King France – «Who is the king»BETC pour Addict'Aide – «Like my addiction» **Son**TBWA Paris pour Sony Playstation – «Game is never over»The pour Ninoo – «Happy blue day»Schmooze pour Burger King France – «Le Feu»Benzene pour Audemars Piquet – «If» **Direct**Buzzman pour Buger King France – «Who is the king»BETC pour Addict'Aide – «Like my addiction»McCann Paris pour Mouvement du Nid – «Girls of paradise»Fred&Farid Paris pour Prodiss – «Ma place est dans la salle» **Clip**Création interne pour Iconoclast – «Virile, The Blaze»Partizan pour Label Infine, Rone – «Vood(oo)»Solab pour Solab pictures – «Naive new beaters, Heal Tomorrow» **Presse**DDB Paris pour L'Equipe -

«L'Equipe 70 ans : La carte, l'anatomie, le vocabulaire»TBWA G1 pour Nissan Europe – «Parking is not an art - béton, plâtre»BETC pour Petit Bateau – «Les masques - Crabes, singe, lapin, robot, chien» **Typologie**BETC pour Loto – «Chiffres, travail, train train, montre»Movement Paris pour Hermès – «Hors les murs» (2 prix)Création interne pour Typofonderie – «PS Fournier»Les Bons faiseurs pour Petit Casino – «Petit Casino»Atelier Marge Design pour Nez – «Nez, la revue olfactive» **Edition**Lionel Charrier pour Liberation – «American Psycho»Gallerie Georges - Philippe & Nathalie Valois pour Print Model – «Jean Tinguely '60»Look Specific pour Carhartt – «Skate boarding»Pierre Hourquet pour Steidl – «Provoke»Thibault Meltz pour Revue – «Conversation & esthétique N°1 et N°2» **Design**Babel pour ADP – «Paris vous aime»Movement Paris pour Hermès – «Hors les murs»Movement Paris pour France Télévisions– «France Info»TBWA Paris pour SNCF – «Défis ingénieurs saison 3»Violaine et Jeremy pour la Journée européenne des métiers d'art – «L'empreinte du geste» **Event**Auditoire pour Cartier – «Une nuit à l'opéra»J. Walter Thompson pour Mountain Riders – «Untouchable Cars»**Animation**Unit Image pour Ubisoft – «For honor»Jungler pour Dior Eau sauvage – «Eau sauvage – Tribute to a legend»TBWA Paris pour Sony Playstation – «Game is never over»Sébastien Dubois pour Mitsubishi – «Mitsubishi»

Le Club des DA a récompensé ses créatifs cuvée 2017

LA CONVERSATION



Le Club des Directeurs Artistiques se veut la vitrine créative unique et référente en France. La 48ème édition de son palmarès avec 55 prix et 63 nominations élus par 17 jurys parmi 1600 travaux, témoignent d'un secteur et d'une communauté en quête d'audace et d'exigence.

Avec pas moins de 1600 travaux (issus de 1200 campagnes), soit autant que le nombre d'inscriptions françaises aux Cannes Lions, présentés dans les 17 catégories représentant les métiers de la création et des arts appliqués en communication, la 48ème édition du Prix du Club des Directeurs Artistiques est foisonnant. Une large participation qui a permis aux **17 jurys de professionnels** composés de 147 jurés au total, de distinguer 55 prix et 63 nominations. Comme le souligne **Bertrand Suchet**, Président du **Club** : « Au travers de cette compétition, Le Club des Directeurs Artistiques affirme son rôle de société d'encouragement pour les arts appliqués et de promotion des talents et des filières avec comme valeur essentielle l'excellence créative. Le palmarès 2017 est le reflet de cette exigence de qualité qui contribue au rayonnement de la création française et en fait une valeur d'excellence en France et à l'international au même titre que l'aéronautique ou le champagne ».

Parmi les lauréats qui ont reçu leur trophée à la Maison de la Radio : **Stéphane Xiberras (BETC)** et le tandem **Benjamin Marchal et Faustin Claverie (TBWAParis)**, désignés comme Directeurs de Création de l'Année. De même avec 6 citations, **Benjamin Dessagne (Buzzman)** est le Créatif de l'Année, et **Rayhaan Khodabux (BETC)** est Directeur Artistique de l'Année tandis que **Rémi Campet (BETC)** est désigné Concepteur-Rédacteur de l'Année. Le team s'est notamment illustré sur la campagne *Like My Addiction* primée deux fois et sur la campagne *Euromillions Française des Jeux*, shortlistée et nominée.

Une société d'encouragement pour l'excellence créative

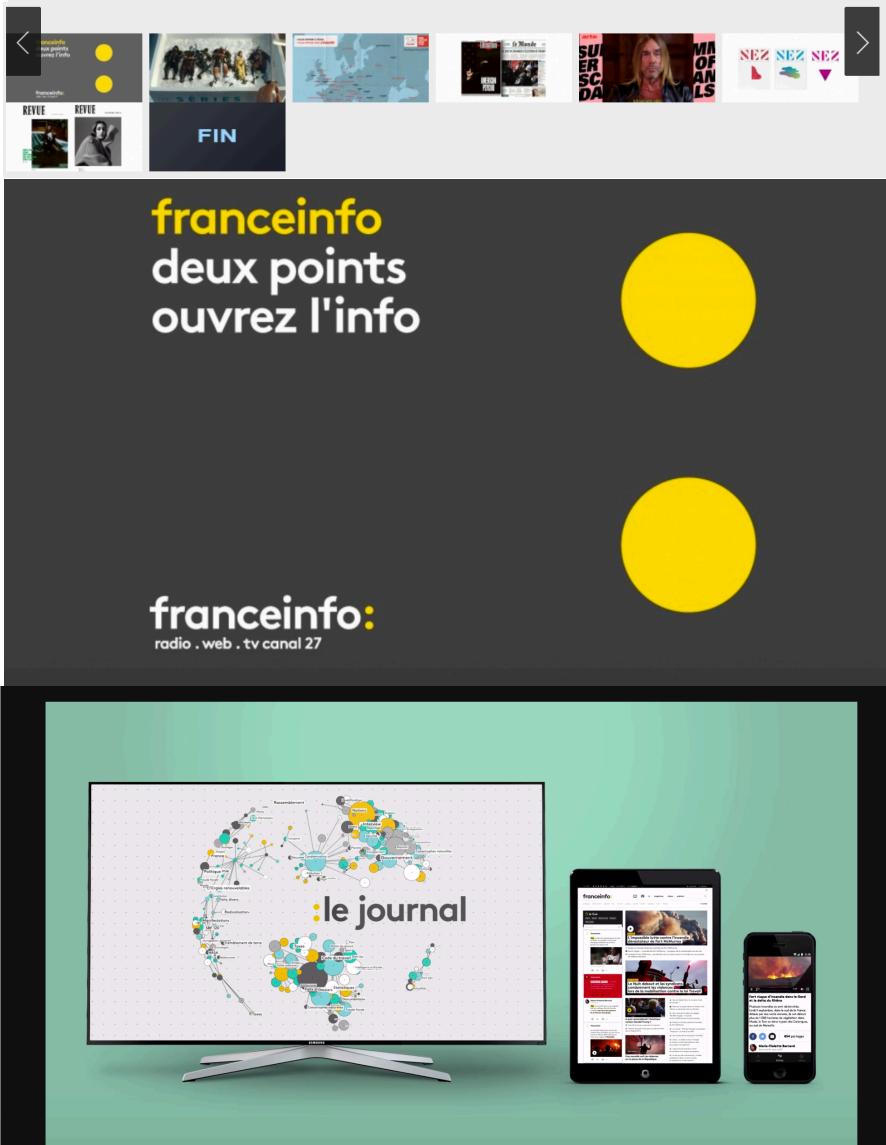
Quant au prix de l'Annonceur de l'Année, il revient au **Groupe France Télévision**, dont plusieurs campagnes ont été distinguées lors de ce palmarès 2017 : ainsi **France Info** a reçu le Prix Habillage Global de Chaîne/Movement (**France Télévisions, Radio France, l'INA et l'AEF**), ainsi que le Prix Design Global de Marque/Movement (**France Télévisions, Radio France, l'INA et l'AEF**). De leur côté, **France 3** pour son habillage les *Marmottes été et hiver* signé **Dream On**, et **France 4** pour **Vost** et les J.O. réalisés par **Gédéon Communication** ont été récompensées par des nominations.

Attribué pour la 7ème année consécutive, ce titre d'"Annonceur de l'Année" récompense tout autant "l'audace créative que la qualité d'exécution et la capacité à mobiliser de multiples compétences". « En choisissant France Télévisions, Le Club des Directeurs Artistiques a notamment voulu récompenser la capacité de cet annonceur à faire travailler aussi bien des agences -petites ou grandes- que des studios de création et des créatifs de talent comme Sébastien Cannone, réalisateur et designer graphique rattaché à Movement. La qualité du travail de France Télévisions ressort depuis plusieurs années dans les palmarès successifs du Club démontrant la constance de l'exigence créative de cet annonceur pour l'ensemble de ses marques », précise **Bertrand Suchet**. Retrouvez les résultats complets du palmarès de la 48 édition du Prix du Club des Directeurs Artistiques [ici](#).

7 médias récompensés par le Club des Directeurs Artistiques

Publié par Mégame Gensous le 5 avr. 2017

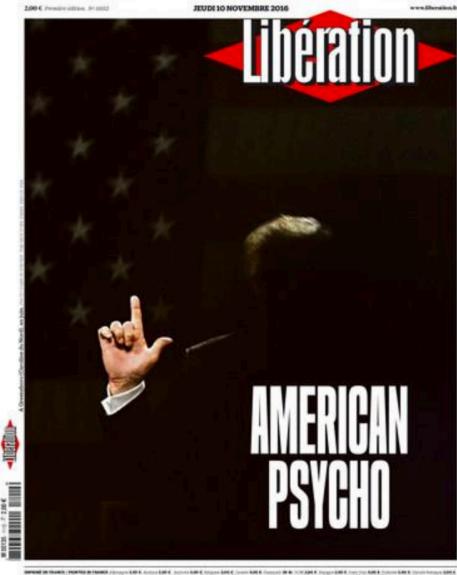
Lors de sa 48e cérémonie qui s'est tenue le mardi 4 avril, le Club des Directeurs Artistiques a primé 55 campagnes pub. Alors que France Télévisions s'est vu décerner le Prix de l'Annonceur de l'Année, retour sur les 7 marques médias qui ont vu l'une ou plusieurs de leurs campagnes récompensées. Voir le palmarès complet



La 48e cérémonie du Club des Directeurs Artistiques décerne le titre Annonceur de l'Année 2017 au groupe audiovisuel public. Un prix attribué depuis 7 ans et qui récompense à la fois l'audace des idées et la qualité de leur exécution, mais aussi la constance, France Télévisions étant un habitué du palmarès du CDA. Le groupe remporte 2 prix, dans les catégories Design et Habillement TV, pour le travail réalisé par le studio de création Movement Paris pour le lancement de la nouvelle offre d'information en continu, Franceinfo.

05.04.17

16:15

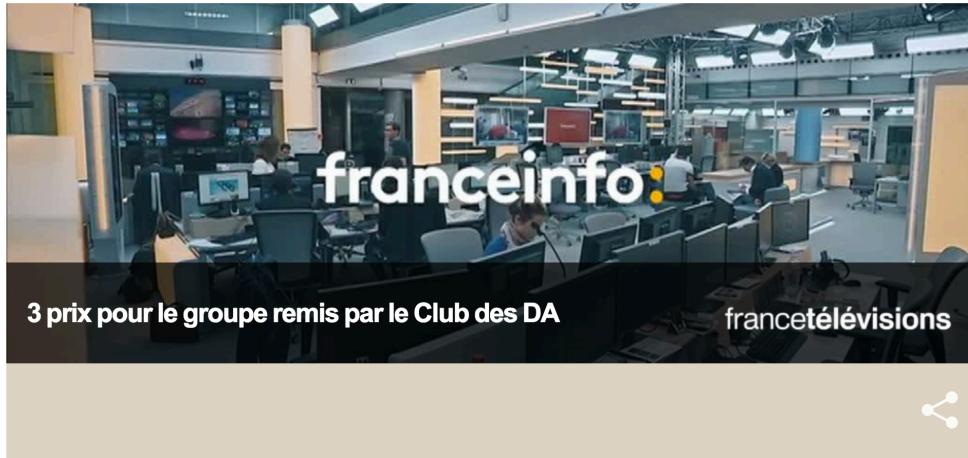


«Libé» lauréat du prix du Club des directeurs artistiques pour sa une «American psycho»

Récompense. Ce mardi soir, le Club des directeurs artistiques annonçait son 48e palmarès lors d'une cérémonie à la Maison de la radio, sous la présidence de Bertrand Suchet, fondateur de l'agence Louis XVI et ancien dirigeant de DDB Paris. Ariel Wizman, qui animait la soirée, a enchaîné les remises de prix sur la scène du Studio 104. Commençons par une autosatisfaction : Libération a reçu, dans la catégorie «édition», un trophée pour sa une, «*American Psycho*», au lendemain de l'élection de Trump en novembre dernier. Ce prix récompense toutes les équipes de *Libération*, à commencer par la direction artistique et le service photo, conduits par Nicolas Valoteau et Lionel Charrier.

Les autres vainqueurs de la soirée sont les pubs Burger King, qui ridiculise l'attaque de son rival McDonald, et Cillit Bang, qui renouvelle nettement le genre de la réclame ménagère. Le spot de 30 millions d'amis contre l'abandon des animaux, également remarqué, a ému la salle par son jeu de fash-back. France info : est récompensée pour son habillage global ; Arte, quant à elle, est distinguée pour son habillage promotionnel de sa série *Summer of Scandals* ; Canal + pour «le stadier», une bande-annonce de match à base de supporter d'OM frustré. Côté print, la campagne presse des 70 ans de *l'Equipe* a fait partie du palmarès tout comme *Nez, la revue olfactive*, primée pour sa typographie.

Communiqué du 05 avril 2017



FRANCE TÉLÉVISIONS, ANNONCEUR DE L'ANNÉE; 2 PRIX POUR FRANCEINFO

Mardi 4 avril, France Télévisions a remporté le prix de l'annonceur de l'année décerné par le Club des Directeurs Artistiques.*

Le groupe a été distingué parmi plus de 600 candidats comme l'annonceur ayant fait preuve du plus de créativité et d'audace.

Cette distinction salue les travaux réalisés pour l'ensemble des marques de France Télévisions.

L'agence Movement a également reçu deux prix pour la marque franceinfo, offre média global d'information en continu éditée conjointement par France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA :

- prix de l'habillage global de chaîne
- prix du design global de marque.*

France 3 et France 4 ont fait l'objet de trois nominations pour :

France 3 est nommée pour l'habillage Les Marmottes (été et hiver) ; France 4 est nommée pour VF / VOST et les Jeux Olympiques.**

Ces campagnes ont été pilotées respectivement par les directions artistiques de France Télévisions (Eric Rinaldi), France 3 (Laurent Sauvage) et France 4 (Sophiane Tilikete).

Le Club des Directeurs Artistiques a pour mission de remarquer et d'encourager le bel ouvrage, de promouvoir et de célébrer les talents. De donner à voir, inspirer les créatifs issus de la publicité et des filières des Arts Appliqués.

* Franceinfo : Prix Habillage Global de Chaîne / Agence : Movement / Musique : Jean-Michel Jarre

Franceinfo : Prix Design Global de Marque / Agence : Movement / Musique : Jean-Michel Jarre

** France 3, nomination pour habillages Les Marmottes Eté et Hiver / Agence : Dream On

France 4, nomination pour VF / VOST / Agence : Dream On

France 4, nomination pour Les J.O. / Agence : Gédéon

Distinctions

France Télévisions : consacré « annonceur de l'année » par le Club des directeurs artistiques

Le **Club des directeurs artistiques** a décerné mardi 4 avril, à l'occasion de la remise de son 48e palmarès, le **prix de l'annonceur de l'année à France Télévisions**. Cette distinction récompense l'audace créative et la qualité de l'exécution, ainsi que la capacité à mobiliser de multiples compétences, précise Le Club. Celui-ci a souhaité saluer le **travail créatif effectué sur l'ensemble des marques** de France Télévisions – France 3, France 4, franceinfo [...] et rendre un hommage au travail réalisé par et pour les différentes antennes du groupe », précise un communiqué. Il a aussi récompensé « la capacité de cet annonceur à faire travailler aussi bien des agences – petites ou

grandes – que des studios de création et des créatifs de talent comme **Sébastien Cannone**, réalisateur et designer graphique rattaché à Movement ».

Plusieurs campagnes de France Télévisions ont été distinguées dans le palmarès : **franceinfo** a reçu le **prix de l'habillage global de chaîne** et le **prix du design global de marque**, pour le travail effectué par l'agence **Movement**. **France 3** a été nommée pour l'habillage des Marmottes été et hiver, réalisé par **Dream On**. **France 4** a été nommée deux fois pour les campagnes sur le choix de la langue et de la VOST et pour les jeux Olympiques d'été de Rio, toutes deux réalisés par **Gédéon Communications**. ■

INSPIRATIONS / Palmarès club des DA

• Beauté superficielle

PUBLICITÉ Une nouvelle fois, le Club des DA regrette la trop grande rareté de l'excellence créative en France. La tendance esthétisante, notamment, n'a pas convaincu le jury de son dernier palmarès.

CLÉMENCE DURANTON  @clemkduranton

Comme l'histoire de l'oeuf ou la poule, il est difficile de savoir qui de l'idée ou de l'exécution doit primer dans la création. Beaucoup diront qu'une bonne idée sans une belle image ne vaut rien, alors que d'autres assureront que l'idée est reine. «*Il faut arrêter d'avoir recours à l'esthétisme pour cacher le fait qu'on n'a aucune idée... C'est bien trop fréquent dans la création française*», tranche pour sa part Bertrand Suchet, président du Club des directeurs artistiques. Notre création serait-elle en perdition ?

«Le niveau est clairement moins bon qu'avant... Dans les films, il n'y a aucune pièce qui met tout le monde d'accord. L'excellence qu'on arrivait à atteindre une fois par an fait désormais une apparition tous les deux ou trois ans», regrette Benjamin Marchal, codirecteur de la création de TBWA Paris. Dans le palmarès 2017 du Club des DA, seuls cinq films ont été couronnés (pour deux agences), sachant que TBWA sort en moyenne 60 à 70 travaux par an et BETC 250, pour ne citer que ces exemples...

UNIFORMISATION. «Les publicitaires sont tellement bercés par la mode cannoise qu'on est en train d'uniformiser notre métier», ajoute le codirecteur de la création, également membre du bureau exécutif du Club. *On travaille à la mode américaine avec de jolis couchers de soleil et des mamans qui sourient, alors qu'avant on était dans le débat, il y avait du contexte, on arrivait à être caustique.*»

L'avènement du digital pourrait expliquer la baisse de qualité créative. «Sur Facebook, on s'entend dire "La musique n'a pas d'impor-



© Guillaume Bouchon
SEULEMENT CINQ FILMS
(pour deux agences) ont été récompensés par le Club des DA en 2017.

tance". Donc c'est la description sous la vidéo qui définit l'idée... C'est ce qui explique que le fond s'éducore au profit de l'image», ajoute Benjamin Marchal. «Les annonceurs demandent de plus en plus de contenus digitaux dans un quasi même délai et avec très peu de budget supplémentaire, tout en réclamant aux agences de produire des contenus plus classiques dont ils attendent une qualité optimale», constate Damien Bellon, directeur de création chez BETC. Nous produisons de plus en plus de contenus, mais de moins en moins de bons contenus.» Jenna Haugmard, directrice artistique chez DDB Paris, membre du jury Typographie, est moins catégorique : «De très bonnes idées sans craft ont été remarquées sur le digital dernièrement. Notamment l'opération de BETC

sur Instagram pour Addict'Aide. C'est une idée maligne avec un vrai insight.»

De manière plus générale, les créatifs perçoivent l'envolée de l'esthétisme comme une conséquence des nouveaux moyens techniques à leur disposition. «Les moyens actuels permettant de rendre la moindre image esthétique et léchée sont de plus en plus accessibles. On peut faire de jolies images plus facilement... On aurait tort de s'en priver», témoigne Stéphane Kaczorowski, concepteur-rédacteur chez DDB Paris, membre du jury Affichage. Qu'il importe le cadeau tant qu'on a un joli emballage... ♦

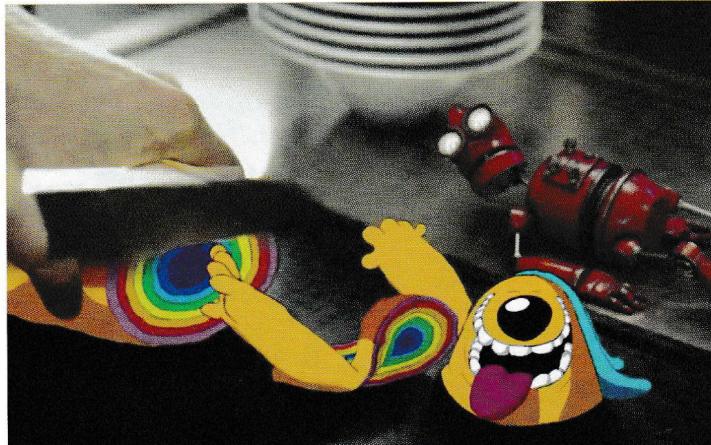
**LIRE L'INTÉGRALITÉ
DE L'ARTICLE
SUR STRATEGIES.FR**

INSPIRATIONS / Palmarès club des DA

BETC pour Canal

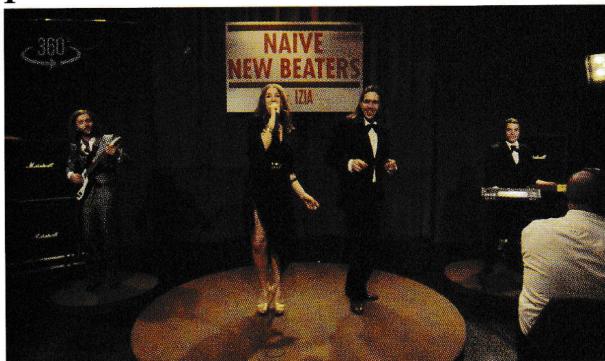
CATÉGORIE: FILM

Au menu aujourd’hui: du cartoon sur un lit d’émotions en entrée, une émulsion de thriller avec une pincée de football pour le plat principal et, en dessert, un crumble d’action avec un nuage de série. Voilà ce que pourraut vous proposer le grand restaurant imaginé par BETC dans ce film pour Canal, « Canal Kitchen », lancé pour accompagner le repositionnement du groupe Canal suite à la fusion de Canal+ et Canalsat. Le spot se veut à l’image des programmes de la chaîne : spectaculaire, mêlant images réelles, 2D, 3D et animation, notamment grâce au travail de Unit Image qui a planché sur le projet pendant près de deux mois pour donner vie à tout ce petit monde. Les personnages du spot ont été inspirés de véritables programmes, laissant facilement deviner quel célèbre footballeur ou série multi-récompensée a donné vie aux illusioins de cette cuisine hors normes... La musique de *L’Aile ou la cuisse*, qui sert d’accompagnement, donne de la légèreté au film et apporte un décalage avec les plans d’action. Bon appétit!



SECTEUR: audiovisuel – **RÉALISATION:** « Canal Kitchen » – **AGENCE:** BETC – **DIRECTEUR DE LA CRÉATION:** Stéphane Xiberras – **DIRECTEURS DE CRÉATION:** Jean-Christophe Royer et Eric Astorgue – **PRODUCTION:** Partizan – **RÉALISATEUR:** Antoine Bardou-Jacquet.

Solab/Solab Pictures pour Naive New Beaters



CATÉGORIE: CLIP

Le clip du tube « Heal Tomorrow » des Naive New Beaters et Izia dévoile les coulisses d’une émission où le groupe et la chanteuse sont invités pour une performance live. Dans la vidéo à 360°, Izia, avec sa robe noire sexy et sa danse sensuelle, tente de voler la vedette au groupe, éclipsant le chanteur, faisant inscrire son nom en caractères de plus en plus gros sur l’affiche derrière eux. Pendant ce temps, quelques degrés plus

loin, les invités d’une fête s’amusent alors qu’une équipe de cinéma installe des décors variés pour des films plus ou moins louches. Au-dessus de la tête et sous les pieds du spectateur, les Naive observent, amusés, ce joyeux bazar. De quoi ne plus savoir où donner de la tête.

SECTEUR: musique – **RÉALISATION:** « Heal Tomorrow » – **AGENCE:** Solab – **PRODUCTION:** Nicolas Tiry – **RÉALISATEUR:** Romain Chassaing.

Movement Paris pour Hermès



CATÉGORIE: TYPOGRAPHIE

Afin d’accompagner le lancement d’« Hermès hors murs », exposition consacrée aux artisans des dix métiers de la marque, la maison de luxe a fait appel à Movement Paris pour créer la typographie autour de l’événement. Pour mettre en avant la diversité de ses métiers, Hermès a misé sur un univers coloré avec du rose pop ou du bleu piscine. La typographie moderne, déstructurée, rappelle les différents savoir-faire artisanaux de la maison.

SECTEUR: luxe – **RÉALISATION:** « Hors les murs » – **AGENCE:** Movement Paris – **DIRECTION ARTISTIQUE ET CRÉATION:** Sylvia Tournerie – **TYPOGRAPHIE:** Matthieu Cortat.

INSPIRATIONS / Palmarès club des DA

Sid Lee pour Pages jaunes



CATÉGORIE: DIGITAL

Le DJ et compositeur de musique électronique Breakbot devisant devant un panier de cerises avec Charlotte, primeur de son état... Le tableau est pour le moins insolite. Et c'est pourtant à de courts apartés de ce genre avec pas moins de 36 commerçants qu'invite le clip de « My Toy ». Produite avec le concours de Pages jaunes en collaboration avec Ed Banger, le label de Breakbot, la vidéo propose une expérience inédite : découvrir les artisans qui se cachent derrière chaque élément du clip. Il suffit de cliquer sur l'écran pour voir apparaître de petites pastilles permettant de visionner des contenus de 30 à 45 secondes.

SECTEUR: service – **RÉALISATION:** « My Toy » – **AGENCE:** Sid Lee – **DIRECTEUR DE CRÉATION:** Sylvain Thirache – **PRODUCTION:** Partizan – **RÉALISATEURS:** AB/CD/CD et Dimitri

TBWA Paris pour Aides

CATÉGORIE: AFFICHAGE

Les visuels sont hypnotisants, aériens, en particulier ces deux plongeurs entrelacés qui semblent flotter dans l'air. Ah, l'amour ! Sauf que... sur chaque photographie, l'une des deux personnes est porteuse du VIH. L'autre pas. Parce qu'une personne séropositive sous traitement ne transmet plus le virus, même sans protection. Pour faire passer ce message au grand public, Aides a fait appel à TBWA Paris, qui s'est assurée les services du photographe spécialiste du noir et blanc Mathieu César. Malgré les précautions prises par l'association lors de la sortie de la campagne en prévoyant une version censurée cachant les corps des photographiés, un très grand nombre d'alertes provenant d'internautes ont poussé Facebook à supprimer la page. Une campagne polémique donc, qui a fait beaucoup de bruit mais incite à faire l'amour... pas la guerre.

McCann Paris pour Le Mouvement du Nid



CATÉGORIE: DIRECT

De prime abord, c'est un site internet d'escort-girls, avec des filles en tenues légères qui aguichent le client. Sauf que la particularité de la plateforme Girls of Paradise est que toutes les figurantes sont mortes assassinées... Ainsi, lorsque le client appelle pour profiter des services d'une demoiselle, son interlocuteur lui explique calmement qu'elle a reçu douze coups de couteau assénés par un client ou qu'elle a été calcinée...

Cette opération coup de poing imaginée par McCann Paris pour l'association le Mouvement du Nid a pour but d'illustrer la violence à laquelle font face les prostituées et montrer aux clients qu'en injectant de l'argent dans la prostitution, ils sont complices de cette violence.

SECTEUR: grandes causes – **RÉALISATION:** « Girls of Paradise » – **AGENCE:** McCann Paris – **DIRECTEURS DE CRÉATION:** Julien Chiapolini et Riccardo Fregoso.



SECTEUR: santé – **RÉALISATION:** « Révélation » – **AGENCE:** TBWA Paris – **DIRECTEURS DE LA CRÉATION:** Benjamin Marchal et Faustin Claverie – **PRODUCTION:** Iconoclast Image – **PHOTOGRAPHE:** Mathieu César.

RETRouvez
LE PALMARÈS
COMPLET SUR
STRATEGIES.FR

Le Club des Directeurs Artistiques décerne son 48eme palmarès

LE 5/04/2017



f



J'aime

93 774



0

INTRODUCTION

Le Club des Directeurs Artistiques rassemble la communauté des créatifs qui œuvrent dans le secteur de la communication et des arts appliqués. Au travers de sa compétition, dont le palmarès était révélé le mardi 4 avril, Le Club des Directeurs Artistiques crée une occasion unique de retrouver le meilleur de la production annuelle.

La 48eme édition de la compétition du Club des Directeurs Artistiques, a réuni plus de 1.600 travaux répartis dans 17 catégories. Au total, 147 jurés ont œuvré à l'élaboration du palmarès qui compte cette année 55 prix et 63 nominations.

Ce 48eme palmarès, miroir du meilleur de la production 2016, révèle une fois encore l'excellence des filières artistiques françaises. Comme le souligne Bertrand Suchet, Président du Club : « Au travers de cette compétition, Le Club des Directeurs Artistiques affirme son rôle de société d'encouragement pour les arts appliqués et de promotion des talents et des filières avec comme valeur essentielle l'excellence créative. Le palmarès 2017 est le reflet de cette exigence de qualité qui contribue au rayonnement de la création française et en fait une valeur d'excellence en France et à l'international au même titre que l'aéronautique ou le champagne ».

Retrouvez le palmarès de la 48eme édition sur www.leclubdesad.org et l'ensemble des jurys [ici](#).

LINKS En savoir plus : [site web](#)

TAGS CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES

Le Club des DA : pour une poignée de boules

Publié le 6 avril 2017 par Djavid Karmaly

Mesdames et messieurs, la saison des remises de prix est lancée. Après, les Hits d'Or, le Grand Prix Stratégies du Digital, c'était au tour du Club de DA de faire son entrée en jeu.



— Credit photo Guillaume Blanchon

Qu'on se le dise, le métier de publicitaire n'est pas le plus facile. Oui, mais voilà, le jeu en vaut la chandelle. Parce que malgré les heures passées à trimer, on prend quand même plaisir à réaliser une campagne. Que dans un monde qui part en vrille, la créativité est un refuge. Qu'avec le bon travail, la consécration n'est jamais loin. Et mardi soir, ils sont encore quelques-uns à avoir rejoint le Panthéon des plus grands.



— Credit photo Guillaume Blanchon

Cette année, c'était la 48ème édition du **Club des Directeurs Artistiques**. 48 ans pour une remise de prix qui n'a rien à envier, en termes de longévité, aux fameux **Cannes Lions** créés en 1954. Et pourtant, les deux ne pourraient être plus différents. D'un côté, la Mecque de la pub : la croisette, les yachts, l'ambiance faste, le grand show, le bronze, l'argent et l'or. De l'autre, le sobre, le minimalisme, le discret, l'élégant, le noir, le blanc et les boules. Deux mondes aux antipodes. Avec son image un peu hautaine, et surtout face au nombre de festivals de la publicité qui se sont créés depuis, on peut se demander si le **Club des DA** n'est pas un peu dépassé aujourd'hui. En guise de réponse, il n'y a qu'à observer la salle de l'auditorium de la Maison de la Radio, lieu de remise des prix, remplie à craquer d'une foule de gens composée d'espèces créatives en tout genre. Sous le regard bienveillant de Bertrand Suchet, le Président. De quoi se dire que le prestigieux **Club** a encore de belles années devant lui.



— Credit photo Guillaume Blanchon

Aux grandes boules, les créatifs reconnaissants. Une fois n'est pas coutume, le duel fratricide entre l'ogre **BETC** et la machine **Buzzman** a continué de plus belle. Cette fois encore **BETC** est reparti les poches pleines de boules, grâce à ses campagnes pour Canal+, Addict'Aides et Cilit Bang. Pas de quoi avoir les boules pour , qui lui aussi a pu en palper, en récompense des belles campagnes pour Burger King et 30 millions d'amis. Sans compter que l'un des ses créatifs, Benjamin Dessagne, a été élu Créatif de l'année.



Mais si les deux DC dominent leur sujet actuellement, il est aussi rafraîchissant d'avoir pu goûter à d'autres types de plaisirs pour les yeux. Comme, par exemple, **le superbe clip animé** de **Dior** pour Eau Sauvage réalisé par l'agence Jungler. **Oul'excellentissime habillage TV** d'**ARTE** pour son émission Summer of Scandal, où Iggy Pop nous fait de la « fartology ». Comme la redécouverte de **l'exceptionnel clip interactif** de **Sid Lee & Breakbot** pour les **Pages Jaunes**. Comme **le très beau design de marque** de **France Info** made by l'agence **Movement Paris**. Et Stéphane Xiberras de partager son trône de meilleur DC de l'année avec Benjamin Marchal et Faustin Claverie de **TBWA\Paris**. Comme quoi, malgré les apparences, la concurrence est très rude.



Grâce à son niveau très haut, cette édition du **Club des DA** a de quoi être époustouflante. Peut-être parce qu'elle tient à être plus diversifiée que ses pairs. Ou bien grâce à l'excellence créative. En tout cas, pour les agences de publicité, la tournée ne fait que commencer. Si **BETC**, **Buzzman** et **TBWA\Paris** ont été les grandes gagnantes le 4 Mars, elles devront se confronter aux autres agences du monde le 17 Juin à Cannes. Reste à savoir qui ramènera à la maison les 4 kilos félin tant convoités, et surtout en quelle matière.

([Cliquez ici pour retrouver le palmarès complet de cette 48ème édition du Club des DA](#))



Le palmarès du Club des DA 2017

 Craft Par Claire D. il y a 15 jours

 Facebook

 Twitter

 LinkedIn

 Mail



Quelles créations françaises ont brillé en 2016 ?

Chaque année, le **Club des Directeurs Artistiques** célèbre la créativité à travers un évènement incontournable de la sphère publicitaire française. Découvrez le palmarès complet de cette 48ème édition, présidée à nouveau par **Bertrand Suchet**.

6 Avril 2017

Publié par Pascal 06/04 6h12

France Télévisions a remporté le prix de l'annonceur de l'année décerné par le Club des Directeurs Artistiques.



francetélévisions

Avant-hier, France Télévisions a remporté le prix de l'annonceur de l'année décerné par le Club des Directeurs Artistiques.

Le groupe a été distingué parmi plus de 600 candidats comme l'annonceur ayant fait preuve du plus de créativité et d'audace, est-il communiqué par le groupe audiovisuel public qui souligne que cette distinction salue les travaux réalisés pour l'ensemble des marques de France Télévisions.

L'agence Movement a également reçu deux prix pour la marque franceinfo, offre média global d'information en continu éditée conjointement par France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA : - prix de l'habillage global de chaîne - prix du design global de marque.

Le Club des Directeurs Artistiques a pour mission de remarquer et d'encourager le bel ouvrage, de promouvoir et de célébrer les talents. De donner à voir, inspirer les créatifs issus de la publicité et des filières des Arts Appliqués.

● #France Télévisions

C'EST CADEAU

CULTURE



GAGNER L'ÉDITION 2017 DU LIVRE DU CLUB DES DA

Mieux qu'un album Panini, le beau livre d'images du Club des DA récompense chaque année les talents prometteurs des filières artistiques de la publicité, du design, de la typo, etc. Ce qui donne un gros livre de 450 pages, rempli d'images cool et inspirantes, à feuilleter pour flâner l'air du temps. Un ouvrage à gagner juste ici.

[PARTICIPER](#)



Clins d'œil et Tendances Graphisme et Digital Packaging

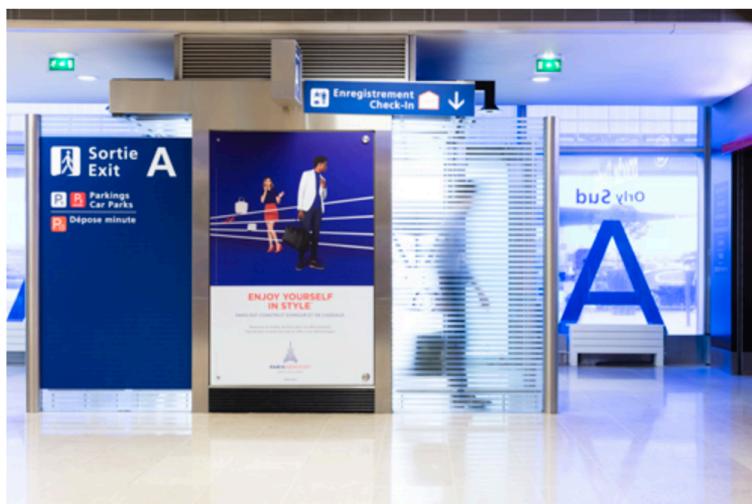
Le design récompensé...

7 avril 2017

Le Club des Directeurs Artistiques a décerné ses prix. Admirable Design a choisi de vous présenter les lauréats de la catégorie Typo, car ce n'est n'est pas tous les jours que l'on en voit de belles...

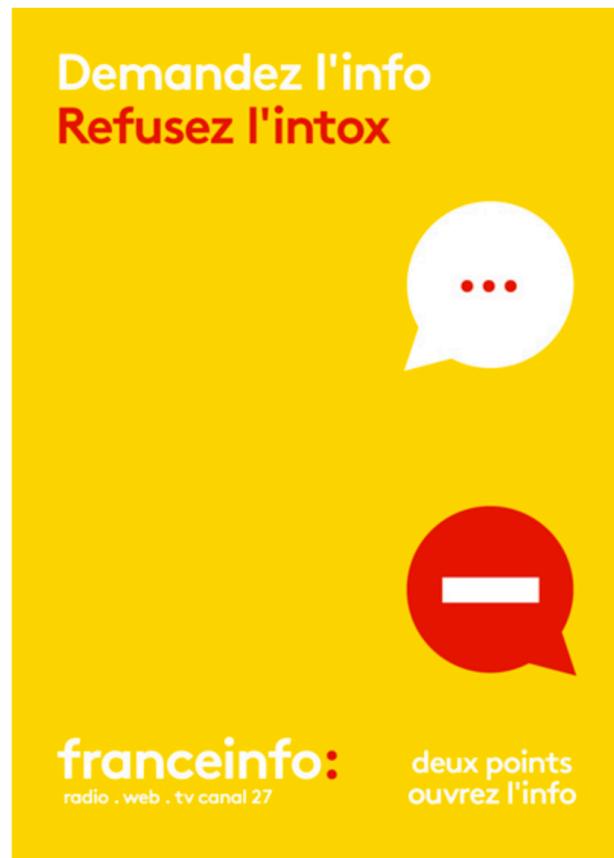
Design global de marque

"Paris Vous aime" pour le groupe ADP présenté par l'agence Babal





"Paris Info" pour France Télévisions par Movement Paris

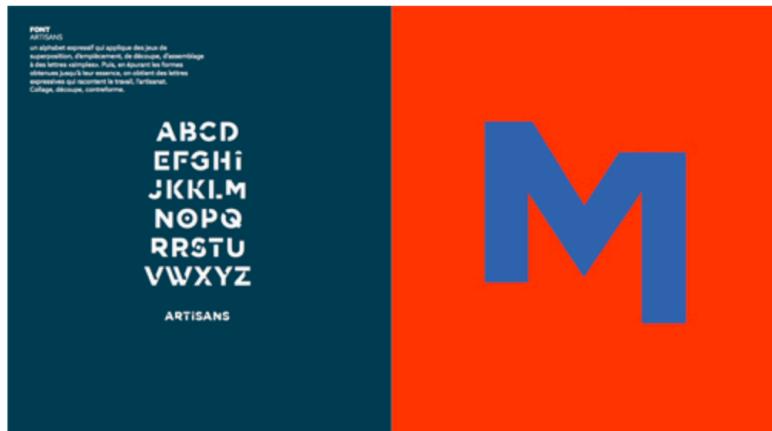




Identité visuelle (environnement, signalétique, etc.)

"Hors les Murs" pour Hermès par Movement Paris :





"L'empreinte du geste" pour les Journées européennes des métiers d'art par Violaine & Jérémy



"Défi ingénieurs" (saison 3) pour la SNCF par Tbwa/Paris





"Petit Casino" par Les Bons Faiseurs

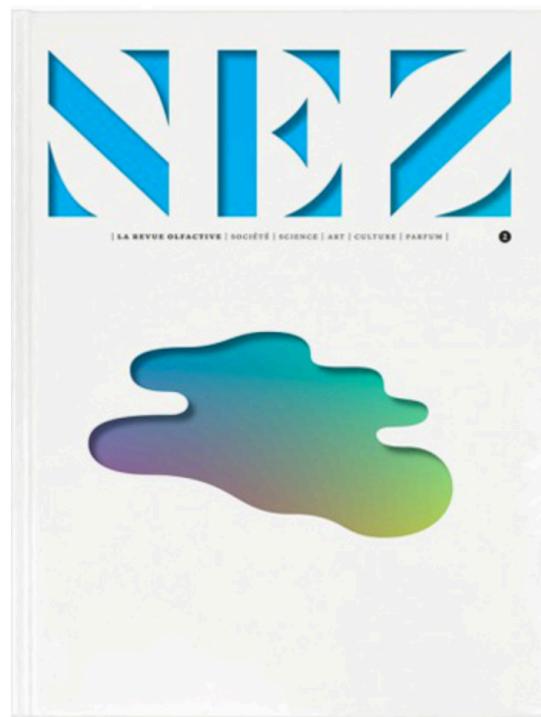


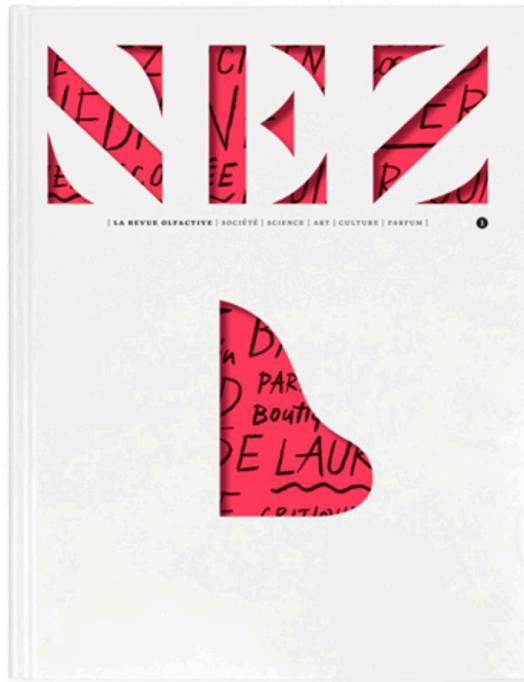


"Magazine Nez" par l'atelier Marge Design

PORT3R
UNE MON7RE
HOR5 DE PR1X
POUR
NE JAM41S
LA RE6ARDER.

Trouvez votre combinaison 







Facebook La Réclame

07/04/17



Xuoan Duquesne avec Sophie Gellet.

7 avril, 16:35 ·

Ce que j'ai retenu du dernier Club des DA. #teasing

1,6 K vues

J'aime

Commenter

Partager



✉ CHAQUE LUNDI
l'essentiel de la



L'interview minute



Bertrand Suchet

Président - Le Club des Directeurs Artistiques

L'INTERVIEW MINUTE ☰

Comment relever le niveau de la création ?

Alors que le 48e palmarès du Club des Directeurs Artistiques a été remis la semaine dernière, faisons le point avec son président, Bertrand Suchet. À quels enjeux sont actuellement confrontés les « A.D. » ? Comment devient-on un bon créatif ? Et surtout, quel est le rôle des annonceurs dans la quête de la créativité ? **Lire la suite**



Comment relever le niveau de la création publicitaire

L'interview minute Par Xuoan D. il y a 9 jours

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Linkedin](#)

[Mail](#)

+

Les conseils du Club des DA aux créatifs et annonceurs.

Alors que le 48e palmarès du Club des Directeurs Artistiques a été remis la semaine dernière, faisons le point avec son président, Bertrand Suchet. À quels enjeux sont actuellement confrontés les « A.D. » ? Comment devient-on un bon créatif ? Et surtout, quel est le rôle des annonceurs dans la quête de la créativité ?

Bertrand Suchet
Président - Le Club des Directeurs Artistiques
L'INTERVIEW MINUTE



EN BREF

Le Club des Directeurs Artistiques a remis ses prix le 4 avril à la Maison de la Radio. Dans la catégorie design, devenue un des temps forts de la compétition (cf. Df 1018), cinq prix ont été décernés : en design global de marque France Info (Movement Paris) et Aéroports de Paris-Paris vous aime (Babel), en identité visuelle Hermès Hors les murs (Movement Paris) et Les journées européennes des métiers d'art-L'empreinte du geste (Violaine & Jeremy), en design d'interfaces SNCF défi ingénieur saison 3 (TBWA Paris). Dans la catégorie usage de la typographie en édition, Hermès Hors les murs repart à nouveau avec un prix de même que Nez la revue olfactive (Atelier Marge Design). En lettrage logotype la récompense revient à Casino (Les Bons Faiseurs), en création de caractères à PS Fournier (Stéphane Elbaz, Typofonderie). Le président du Club des DA Bertrand Suchet a cependant regretté la superficialité de la création française : "*Il faut arrêter d'avoir recours à l'esthétisme pour cacher le fait qu'on n'a aucune idée*", a-t-il asséné.

www.leclubdesad.org/prix/palmares

Retrouvez également les visuels de l'évènement sur Admirable Design : www.admirabledesign.com.



Twitter @laReclame

11/04/17



la Réclame

@laReclame

Suivre

Comment relever le niveau de la création publicitaire #CDA2017

Bertrand Suchet
Président - Le Club des Directeurs Artistiques
L'INTERVIEW MINUTE ☺

Comment relever le niveau de la création publicitaire
Les conseils du Club des DA aux créatifs et annonceurs.
lareclame.fr

RETTWEET J'AIME
1 1



02:15 - 11 avr. 2017



EDITO

12 avril 2017

C'est un vrai récapitulatif des meilleures campagnes publicitaires que nous offre le **Club des DA** avec son palmarès annuel. Avec de belles réalisations graphiques, aussi bien en **PRINT & DESIGN** qu'en **FILM & ANIMATION**.

Mais pas besoin d'être à Paris pour découvrir de nouveaux talents. C'est ce que nous prouve une fois encore le Studio Fotokino à Marseille avec "**Paysages Fantômes**", exposition collective de trois jeunes illustrateurs aussi talentueux que variés en styles.

Bonne lecture, bonne semaine,

La rédaction de Pixelcreation

PS: en complément de notre article sur ***Ghost in the shell*** avec le making-of des principaux VFX par le studio MPC, Framestore vient de publier un making-of de leurs VFX sur la séquence culte où Major médite sous l'eau, au fond du port. Vaut le plongeon!

Club des DA

Club des DA

[Club des DA - Palmarès 2017 Print & Design](#)



[Le meilleur de la création pub française distingué par les créatifs français eux-mêmes.](#)

Films Pub

[Club des DA - Palmarès 2017 FILMS](#)



[8 excellents films \(et un making-of\) figurant au Palmarès 2017 du Club des DA.](#)

Club des DA - Palmarès 2017 Print & Design

Le meilleur de la création pub française distingué par les créatifs français eux-mêmes.

Nos deux articles pour rendre compte de ce palmarès 2017 du Club des DA:

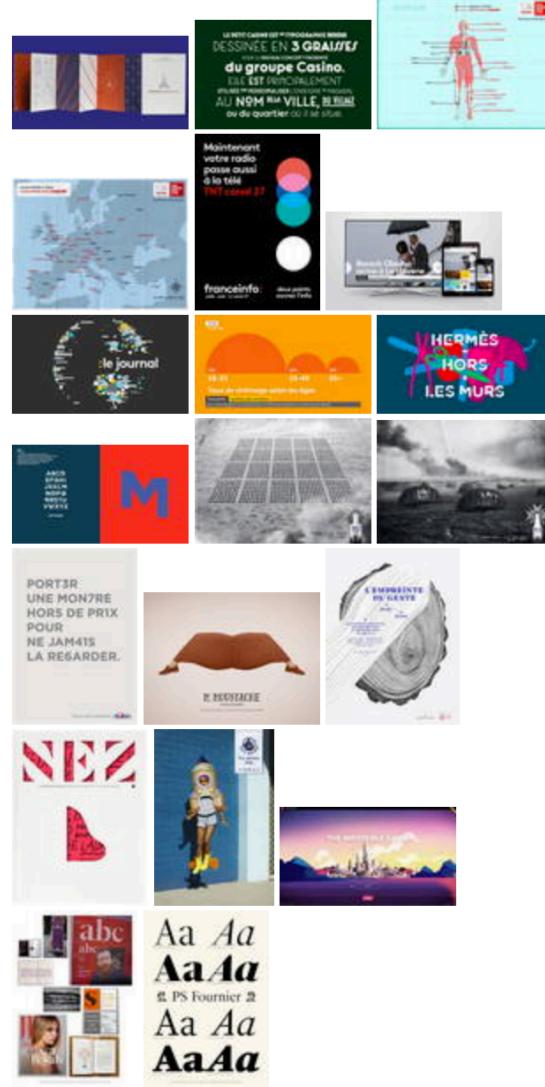
> PRINT & DESIGN

> FILM & ANIMATION

De beaux - et nombreux - prix en catégories Design et Typographie cette année. France Télévisions y gagne son titre d'annonceur de l'année grâce au design global de marque (y compris habillage TV) réalisé pour sa nouvelle chaîne TV France Info. Un très beau travail signé de l'agence **Movement Paris**. Cette « hotshop » dirigée créativement par Eric Nung, ancien de Penninghen, se distingue encore dans ce palmarès 2017 pour l'identité visuelle - à base de typographie en mouvement cette fois - pour la manifestation Hermès « Hors les murs » dont le teaser est à voir en bas de cet article. Belle révélation pour cette agence indépendante qui est aussi société de production de films.

Autres indépendants en vedette dans ce palmarès 2017, le duo **Violaine & Jérémy** (Jeremy Schneider and Violaine Orsoni) déjà primés en 2016 revient avec un prix en identité visuelle pour les Journées Européennes des Métiers d'Arts. Et à notre humble avis, ils auraient aussi mérité un prix en usage de la typographie en identité visuelle pour leur superbe mise en page du guide de l'emploi Welcome to the jungle n°2. Le prix de la création de caractères revient à **Stéphane Elbaz** pour la PS Fournier, hommage aux caractères classiques du typographe français Pierre-Simon Fournier.

Quantitativement, les agences BETC (9 prix, notamment avec son client phare Canal+) et TBWA (5 Prix), dont un original « serious game » pour le recrutement d'ingénieurs par la SNCF) ressortent en tête de ce palmarès 2017 du club des DA. Et leurs créatifs,



Stéphane Xiberras (BETC) et le duo Benjamin Marchal et Faustin Claverie (TBWA), se partagent logiquement le prix de directeur de création de l'année.

Paul Schmitt, avril 2017

Palmarès Club des DA 2017: **Prix Identité visuelle, Prix Utilisation de la typographie en identité visuelle et Prix Utilisation de la typographie en mouvement: Movement Paris pour Hermès "Hors les murs":**



Club des DA - Palmarès 2017 FILMS



8 excellents films (et un making-of) figurant au Palmarès 2017 du Club des DA.

Nos deux articles pour rendre compte de ce palmarès 2017 du Club des DA:

> [PRINT & DESIGN](#)

> [FILM & ANIMATION](#)

De belles choses dans ce Palmarès 2017 du Club des DA français, particulièrement côté films. On retrouve bien sûr des noms connus: l'agence BETC réalise un carton avec pas moins de 5 prix pour 3 films dont *The Kitchen* pour son client Canal+, abonné lui-aussi aux prix dans les festivals pub. Le réalisateur Antoine Bardou Jacquet en profite également pour renforcer son palmarès déjà bien garni.

Révélation de l'année: l'agence et studio de production Movement Paris qui récolte trois prix, dont deux (habillage de chaîne et design global de marque) pour son travail sur la nouvelle chaîne TV France Info. Un travail qui à son tour vaut le titre d'"Annonceur de l'année" à France Télévisions.

Et avec une nouvelle catégorie Animation cette année, cela fait encore plus de place pour récompenser les talents. Le studio de graphistes et animateurs H5 (oscarisé pour *Logorama*) n'a pas manqué l'occasion et décroche un prix Animation pour son film pub pour le parfum Eau Sauvage de Dior.

Paul Schmitt, avril 2017

Prix du film cinéma et Prix film craft-réalisation:

Kitchen de BETC Paris avec Partizan (société de production), le réalisateur Antoine Bardou Jacquet et le studio Unit image (Paris, VFX) pour Canal+:



Et le making-of de *Kitchen*:



CANAL KITCHEN Making Of from pierre Z collet on Vimeo.

Prix film cinéma :

Far Cry Primal-The Charge de BETC Paris pour Ubisoft:



Prix du film digital et Prix film craft-réalisation:

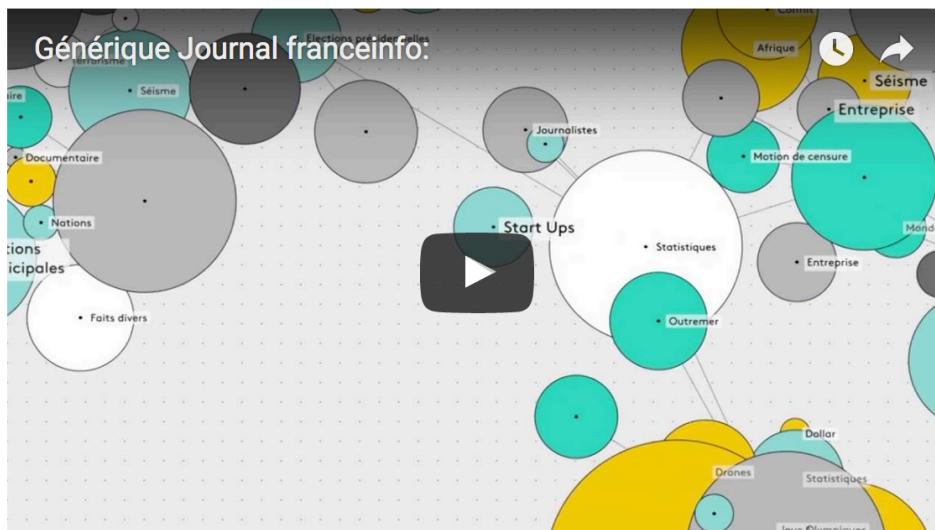
The Mechanic de BETC Paris avec Partizan (société de production) pour Reckitt Benckiser (produit de nettoyage Cilit Bang):



Prix film craft-réalisation et Prix Animation - trailer jeu vidéo:
Trailer *For Honor* par le studio Unit image (Paris) pour Ubisoft:



Prix habillage global de chaîne et Prix design global de marque:
Habillage/Générique journal de l'agence Movement Paris pour la chaîne France Info France Télévisions:



Prix Animation - Clip:
Clip Eau sauvage des studios H5 et Jungler pour les parfums Dior:



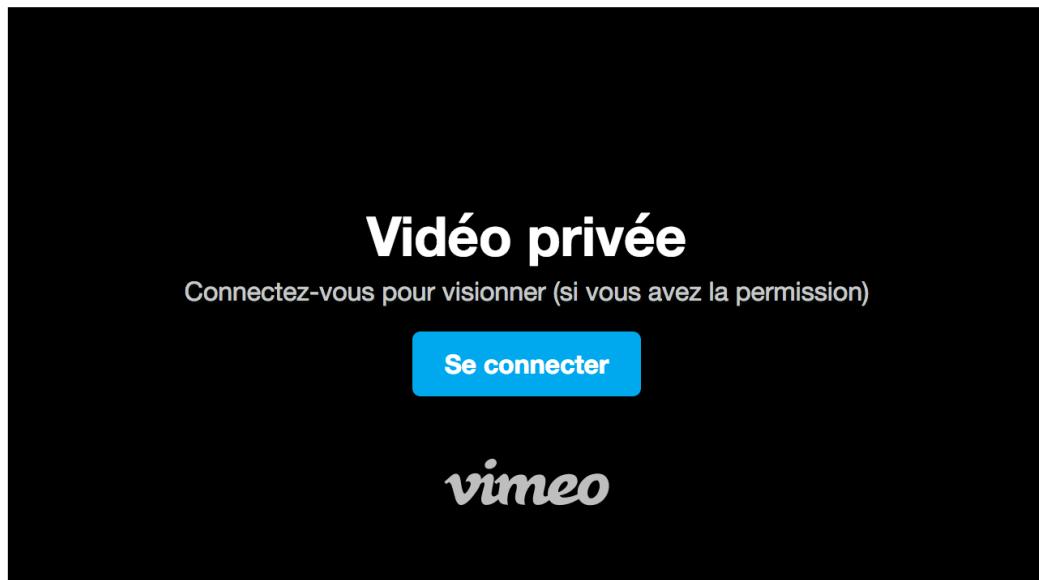
Prix Animation - film publicitaire:

#GamelsNeverOver de TBWA Paris pour PlayStation et son partenaire INSEP (Institut national du Sport):



Prix Animation - film publicitaire:

Marunouchi Street par le réalisateur Bastien Dubois pour le promoteur immobilier Mitsubishi Estate:





Twitter @storytelling_.fr

17/04/17



Storytelling.fr
@storytelling_fr

[Suivre](#)



Comment relever le niveau de la création
publicitaire

The screenshot shows a tweet from the Storytelling.fr account (@storytelling_fr). The tweet features a video thumbnail of Bertrand Suchet, president of the Club des Directeurs Artistiques, sitting with his arms crossed. The video is presented in a vintage television set style. To the right of the video, there is a black sidebar with white text. The sidebar includes the name "Bertrand Suchet" and his title "Président - Le Club des Directeurs Artistiques". Below this, it says "L'INTERVIEW MINUTE" with a small circular icon. The main text of the tweet reads: "Comment relever le niveau de la création publicitaire" followed by "Les conseils du Club des DA aux créatifs et annonceurs." At the bottom left, there is a link "lareclame.fr". The tweet has a timestamp at the bottom left: "05:30 - 17 avr. 2017". At the bottom, there are three small icons: a reply arrow, a retweet arrow, and a heart.



■ Les questions du Jour au Club des DA

Publié le 18 avril 2017 par François Bonnet

Le jour sans pub était à la 48ème édition de la prestigieuse soirée du Club des DA (Directeurs Artistiques) pour [la remise des prix](#). L'occasion de poser quelques questions au gratin de la Création française. Des questions bien gratinées évidemment.

D'entrée, la question qui démange, posée à Bertrand Suchet, le Président du Club : quelle est la tendance de la pub actuelle ?



Ensuite deux questions étaient inspirées d'une interview accordée par [Gabriel Gaultier](#) à [Stratégie le 04/07/2016](#) et qui déclarait : « Montrer ce qu'on a vu mille fois comme on ne l'a jamais vu. Pour cela, il faut faire des erreurs, prendre le risque du mauvais goût. L'ennemi du créatif c'est la tyrannie du bon goût. Si Dick Fosbury avait eu peur du mauvais goût, il n'aurait pas révolutionné sa discipline avec un saut ridicule. »

D'où la question : le bon goût est-il l'ennemi du créatif. Les avis sont partagés.



Dans le même article Gabriel Gaultier déclarait : « Un grand directeur artistique donnera le meilleur à 35/40 ans. » Qu'en pensent les jeunes et le moins jeunes ?



Dernière question posés aux mêmes : « Si vous étiez élu Président du Club, quelle réforme feriez-vous ? »... Ah les réformes ! Tout un programme !

