

conseils

création

Plus d'appelés, moins d'élus au Club des DA

Le 40^e palmarès du Club des directeurs artistiques est plus sélectif. *Stratégies* a sélectionné, dans huit catégories, une création primée représentative de la qualité des travaux cette année.

Soixante prix, vingt-six nominations et... la bise du patron! C'est un Bertrand Suchet plutôt satisfait qui devait dévoiler le 29 avril à Paris le palmarès du Club des directeurs artistiques, lors d'une «pasta party» salle Wagram, ouverte pour l'occasion. Quitte à se répéter, le président du Club explique encore et encore ce qui a changé dans la mission des jurys. Soit, parmi 2 165 travaux reçus, un premier écrémage portant à 197 le nombre de présélectionnés (assurés de figurer dans le prochain «book» du Club), pour aboutir au palmarès final récompensant une quarantaine d'agences et autant de marques.

«Nous avions la volonté d'être plus professionnels, d'avantage dans la richesse, mais aussi dans l'efficacité», précise Bertrand Suchet. Notre palmarès correspond à la réalité de notre travail au quotidien.

Les 10 agences les plus primées

Rg	Agence	Prix	Nominations
1	CLM BBDO	4	-
2	Ogilvy & Mather	4	-
3	Young & Rubicam	4	-
4	BETC Euro RSCG	3	5
5	DDB Paris	3	3
6	Buzzman	3	2
7	Publicis Conseil	3	2
8	V	3	1
9	W & Cle	2	-
10	Carré noir	2	-

Auparavant, il récompensait beaucoup de travaux qui faisaient plaisir aux directeurs artistiques, mais qui avaient un côté trop "paillettes". On ressent moins de décalage entre ce que les jurés ont primé et ce qui s'avère le plus efficace auprès du public, même si nous conservons nos critères propres d'appréciation.»

Moins de paillettes, mais aussi moins d'agences, avec quelques grandes absentes (TBWA, Leg, H, Callegari Berville Grey, McCann, etc.).

Dans les catégories reines, la sélection a été sévère. Ainsi, en presse, 7 prix et 3 nominations seulement ont été décernés. Idem en affichage (4 prix, 1 nomination), en TV-cinéma (6 prix, 2 nominations) et en habillage TV (2 prix, 1 nomination). Seuls 3 clips ont été primés. En revanche, les catégories «digital» (200 inscriptions) et édition (150 travaux à juger) affichent respectivement 7 et 10 prix.

Les nouvelles catégories ont tenu leurs promesses avec 7 prix et 3 nominations en design, 4 prix et 10 nominations en techniques TV-cinéma, 3 prix en direct, 2 prix en événementiel (23 inscrits). En revanche, seule Publicis Conseil sauve la catégorie radio avec la campagne Orange. BETC Euro RSCG fait de même pour les campagnes intégrées, avec 1 nomination pour Sci Fi. Moins de deux mois avant Cannes, cela laisse songeur...

Marie Maudieu

En savoir +

> www.clubdesad.org

presse



Young & Rubicam pour Nova

Erik Vervroegen, président du jury : «La direction artistique du print et du poster français a sa place sur le podium international et, à mon humble avis, sur la plus haute marche. Il y a aujourd'hui un style français, sophistiqué, efficace, fin, impactant. Nos créatifs connaissent les ficelles qui peuvent faire passer une idée moyenne au niveau supérieur. Cela sent indiscutablement le professionnalisme et le dur labeur.»

Auteur, photo et illustrateur: Roger Turqueti - DC: Les Six - DA: Jessica Gérard-Huet - CR: Jean-François Bouchet.

Agnès B, Hans Ulrich Obrist et Maria Rodriguez pour Point d'ironie

édition

Thomas Lenthal (Magazine, Dior), président du jury : «En France, des directeurs artistiques éditent des magazines de mode, mettent en page des publications à New York ou à Londres, sont commissaires d'exposition, conçoivent l'identité visuelle de grandes marques. Il était temps que le Club de DA les distingue. Le jury a décerné un prix spécial à Robert Delpeire, dont la trajectoire est une inépuisable source d'inspiration pour ce métier.»

Création: Agnès B, Hans Ulrich Obrist et Maria Rodriguez.

Dream On pour Orange Cinéma Séries

habillage télé

Étienne Robial (On/off Productions), président du jury : «Génériques, Jingles, pub in, pub out, idents, coming next, moving logo, promotion, autopromotion, etc. Voici l'étendue des travaux présentés cette année. En France, nous avons dans tous ces domaines une réelle compétence. Cette édition nous montre la diversité et la richesse de ces métiers. Nous les ordonnerons de façon à mieux les faire connaître et surtout à attirer de nouveaux créateurs.»

Conception: Jean-Marc Chabert et Anthony Sebaoun - DA: Anthony Sebaoun et Pauline Guiraud - DC: Anthony Sebaoun - Réalisateur: Hervé Prat - Production: Sophie Tiliakete et Céline Dufour.

photo & illustration

CLM BBDO pour Alka Seltzer

DC: Jean-François Sacco et Gilles Fichteborg - DA: Paul Kreitman - CR: Alexis Benoît.

Rémi Bablnet (Euro RSCG), président du jury : «Notre objectif était de récompenser, au-delà des auteurs des travaux, tous les métiers qui entourent la création print en publicité: acheteurs d'art, agents, producteurs, directeurs artistiques. À l'arrivée, des discussions denses et passionnées sur l'originalité, la pertinence, la finesse, bref, tous les éléments qui font qu'une image devient une bonne image et un print un bon print. Le palmarès était à la hauteur de ce que nous attendions.»

Ogilvy & Mather pour Scrabble

Damien Bellon (Mother Londres), président du jury : « Nous avons écarté les campagnes bien faites mais peu innovantes, celles amusantes mais dont la réalisation laisse à désirer, celles suivant de vieilles recettes et celles semblant n'être jamais parues. Très peu de travaux résistent à de tels critères, mais ceux qui le font ont sans doute un bel avenir auprès d'autres jurys internationaux. »



affichage

DC: Chris Garbutt
- DA: Antoaneta Metchanova et Alex Daff -
CR: Benjamin Bergeault, Arnaud Vanhelle et Mihnea Gheroghui.

JWT Paris pour Nestlé

Stefan Ilekovics (Publicis Net), président du jury : « Les délibérations ont été longues, animées, passionnées et passionnantes. Elles ont souvent pris des tournures de table ronde sur le numérique avec des débats qui ont continué des jours après la tenue du jury. Malgré la grande diversité des jurés, les gagnants l'ont été à l'unanimité: certains pour l'idée, d'autres pour la réalisation ou encore pour l'exploitation du potentiel du support numérique. »



digital

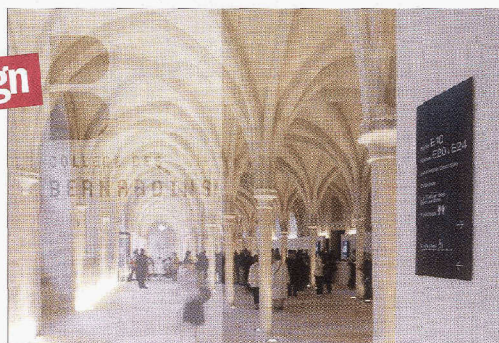
DC: Olivier Courtemanche et Ghislain de Villoutreys.

Publicis Conseil pour Orange

Olivier Altman (Publicis Conseil), président du jury : « Notre jury a joué le jeu, en essayant d'apporter une rigueur toute anglo-saxonne chez des Latins. Alors, les heureux élus peuvent être fiers. À tous ceux qui n'ont pas eu ce privilège, je dis: ne soyez pas déçus, amers ou aigris. Restez combattifs, ambitieux, et demandez-vous si votre campagne était vraiment exceptionnelle. »

Auteur et réalisateur: Matthijs Van Heijningen - DA: Mathieu Viniquerra - CR: Olivier Dermaux - Prod.: 75.

design



télé & cinéma



W&Cie pour Le Collège des Bernardins

Joël Desgrippes (Desgrippes & Laga), président du jury : « Beaucoup de passion, beaucoup d'enthousiasme, mais aussi beaucoup de professionnalisme dans ce premier jury design du Club des DA. Nous avons été très sévères dans nos jugements pour présenter le meilleur de nos créations. Tout a été décrypté et analysé par le regard aiguisé des grands professionnels que comptait ce jury. Puis le cœur a parlé. »

DC: Gilles Deleris.