



#CDA50

## Le Club des Directeurs Artistiques célèbre ses 50 ans

L'institution présente son nouveau visage et dévoile le palmarès de la compétition 2019

Le Club des Directeurs Artistiques fête **ses 50 ans**. Institution indépendante née en 1968, le Club s'attache depuis sa création à promouvoir l'excellence créative française. Il rassemble aujourd'hui une communauté de plus de **500 créatifs oeuvrant** dans le secteur de la communication et des arts visuels et appliqués.

Depuis un an, le nouveau bureau, réuni autour de **Marie-Catherine Dupuy, Présidente, Benjamin Marchal et Gilles Deléris, Vice-Présidents**, s'est mobilisé autour du credo « Préserver, Honorer, Inspirer » pour fédérer l'ensemble des intervenants de la filière créative et rassembler les différentes générations au sein d'un collectif engagé pour les métiers de la création.

A l'occasion de la célébration de son 50ème anniversaire mardi 4 juin à l'Atelier des Lumières, Le Club des Directeurs Artistiques lève le voile sur ses nouvelles orientations incarnées par une nouvelle identité visuelle et sonore, et une plateforme digitale transformée. Le Club révèle également le palmarès de la compétition 2019, les Créatifs et l'Annonceur de l'Année ainsi que les gagnants du Prix Etudiants.

### Un anniversaire sous le signe de la transformation

« 50 ans marquent un âge de maturité mais également de réflexion et de remise en question. Nous entamons un nouveau cycle et cette année marque pour nous l'an 1 du nouveau Club. Les fondamentaux demeurent. La nouvelle identité exprime les tendances visuelles actuelles et nous permettra d'accueillir les prochaines. La richesse des contenus et des talents que nous fédérons depuis la création du Club, légitime la création de la nouvelle plateforme digitale » précise Marie-Catherine Dupuy, Présidente du Club des D.A

L'identité visuelle, signée **Sid Lee Paris** en collaboration avec le **Studio Jimbo**, s'exprime avec un nouveau logo et une nouvelle charte graphique qui, chaque année, jouera avec les emblématiques boules du Club en mettant en valeur un designer de son époque. Le logo quant à lui revient sur des valeurs de cohésion et d'optimisme exprimées par des bras qui entourent les lettres, le toit d'une même maison, un cercle et une forme subtile de cœur.



La maison de production **Chez Jean** a réalisé l'identité sonore avec une musique émotionnelle résolument moderne qui contribue à aller dans le sens de la nouvelle orientation du Club.

Développée par l'agence **84.Paris**, la nouvelle plateforme digitale est au service de ses membres et des passionnés de création. Fidèle au credo du Club, elle préserve une mémoire créative unique à travers 50 ans d'archives. Elle valorise la compétition annuelle et ses compétiteurs. Evolutive et source d'inspiration, elle prévoit d'accueillir de nouveaux contenus exclusifs.



Contact Presse  
Sophie Schmierer  
24 MAI CONSEIL  
06 60 79 36 26  
[sophie.schmierer@24maiconseil.fr](mailto:sophie.schmierer@24maiconseil.fr)



## Compétition et palmarès 2019 : une exigence renforcée et assumée

La compétition a réuni **1883 travaux** répartis dans **20 catégories**, un nombre d'inscriptions en hausse de plus de 25% par rapport à 2018.

Particulièrement exigeants, les 160 jurés, personnalités référentes et contributives au rayonnement des différents métiers, ont finalisé un palmarès comportant 39 Or (Rouge), 71 Argent (Blanc) et 96 Bronze (Bleu). 178 travaux retenus en shortlist accompagnent ces lauréats dans l'édition 2019 du Livre du Club, portant à 384 le nombre de travaux sélectionnés cette année.

« Si le palmarès au global comporte sensiblement autant de prix que l'an dernier, nous avons observé un durcissement des jurés et une exigence encore plus forte. Le nombre de Rouge - 39 versus 79 en 2018 - l'atteste. Ce mouvement traduit la volonté des jurés de délivrer des palmarès référents. Il récompense plusieurs travaux de facture internationale que l'on retrouvera dans les grands festivals à travers le monde », souligne Benjamin Marchal, Directeur de la Création de TBWA\Paris et Vice-Président du Club.

Soulignons que le Club a repensé et réorganisé, avec le soutien de l'APFP, la **catégorie Production** afin de rendre plus lisibles les différents métiers qui la composent. Tandis que les campagnes **Grandes Causes** sont désormais jugées dans une catégorie dédiée. Attentif à la parité, le Club s'est attaché, cette année encore, à respecter un juste équilibre entre composition et compétence des jurys.

Retrouvez [le palmarès de la 50ème édition](https://we.tl/t-XSvXpnn5mf) : <https://we.tl/t-XSvXpnn5mf>  
Et en ligne à partir du 5 juin : [www.leclubdesad.org](http://www.leclubdesad.org) • [Visuels sur demande](#) •  
Retrouvez l'ensemble [des jurys](#)

## Les talents créatifs de l'Année

Le palmarès 2019 a permis de distinguer les talents créatifs de l'année.

**Alexander Kalchev**, Directeur de la Création de DDB Paris, se voit désigné Directeur de la Création de l'Année.

**Alexandre Lagoet (DDB Paris)** est désigné Directeur Artistique de l'Année tandis que **Stéphane Kaczorowski (DDB Paris)** est désigné Concepteur-Rédacteur de l'Année. Le team s'est notamment illustré sur les campagnes Ubisoft.

## Intermarché, Annonceur de l'Année, pour la deuxième année consécutive

Pour son édition 2019, Le Club a décerné à Intermarché le Prix de l'Annonceur de l'Année.

Avec cette distinction, le jury a récompensé le renouvellement de l'exercice créatif dans le nouvel opus des campagnes : "Maman la plus belle du monde" et « Je t'aime trop » (Insurrection, Romance, The).

Il a également souhaité saluer une communication de proximité, humaine et respectueuse, une utilisation originale du media et la persistance dans une expression créative renouvelée.

Enfin au travers de ce prix, le jury a voulu encourager la qualité d'une relation agence/annonceur qui a permis à l'enseigne challenger d'adopter, avec succès, un ton de communication de leader.

Créé il y a 9 ans, le prix de l'Annonceur de l'Année récompense l'audace et la récurrence créative, la capacité à innover, à surprendre, et à renouveler les codes d'une marque, d'un secteur ou d'un type d'expression. Il distingue également la qualité de l'exécution, et la capacité à mobiliser de multiples compétences.



## Le Prix Etudiants distingue l'Ecole Estienne

Le Prix Etudiants parrainé par JCDecaux a eu pour thème « La vie est trop courte pour la passer devant un écran ». Soutenu par l'association Open (Observatoire de la Parentalité & de l'Education Numérique), il invitait les étudiants des écoles de communication et d'arts graphiques à interpeler les 10/12 ans sur les risques de l'irruption des écrans dans leur environnement quotidien.

135 campagnes ont été présentées. Plus de 1000 étudiants ont participé. Le jury a attribué l'Or (Rouge) à l'Ecole Estienne qui s'illustre cette année en remportant également un Argent (Blanc), un Bronze (Bleu) et 3 shortists.

« Véritable référence, le Prix Etudiants illustre parfaitement les engagements du Club. Il préserve en mobilisant les étudiants sur des enjeux sociétaux forts et marqueurs de l'époque. Il inspire en créant des passerelles entre des professionnels confirmés en activité et les jeunes générations en formation. Et il honore en distinguant les futurs talents de nos métiers, et en offrant aux gagnants d'être vus par les professionnels dans le Livre et sur les réseaux JCDecaux. » souligne Gilles Deléris, Directeur de la Création de W et Vice-Président du Club.

**Retrouvez le palmarès du concours Etudiants en ligne à partir du 5 juin • Visuels sur demande •**

A propos du Club des Directeurs artistiques - <http://www.leclubdesad.org/>

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 quels que soient les champs d'intervention. Parmi ses actions, le Club rassemble tous les professionnels (auteurs, créatifs) concernés pour valoriser lors de rendez-vous réguliers l'exigence créative, l'innovation, la qualité d'exécution et de production :

- Rencontres autour du meilleur de la production annuelle et des personnalités les plus contributives au rayonnement de ces métiers via la compétition,
- Publication du livre, la bible de référence qui met la création à l'honneur,
- Expositions thématiques pour encourager la jeune photographie.

Enfin et surtout, il s'adresse aux Écoles d'Art via un concours annuel devenu une épreuve de référence du cursus d'apprentissage.

Le Club des Directeurs Artistiques compte plus de 500 membres issus des filières digital, design graphique, publicité, production, clip, animation et événementiel. Il est présidé par Marie-Catherine Dupuy, entourée de deux Vice-Présidents Benjamin Marchal, Co-Directeur de la Création de TBWA\Paris, et Gilles Deléris, Co-fondateur et Directeur de l'Agence W, d'un bureau permanent de 2 membres et d'un bureau conseil organisé en 3 pôles : Publicité & Digital, Production et Brand Design, Broadcast Design, Branding et Contenus.