

Lead by example: ADC Awards 2022

**Call for Entries
Extended to April 1st
Enter your work!
www.adc.ch**



Table des matières

1. <u>Les Généralités</u>	3
2. <u>Les aspects financiers et juridiques</u>	7
3. <u>La soumission</u>	10
4. <u>Les dates</u>	13
5. <u>Les catégories</u>	14
6. <u>Les formats et spécifications techniques</u>	16



1. Les généralités

Pourquoi les agences, les clients et les créatifs devraient-ils envoyer leurs créations à l'ADC Switzerland? L'une des raisons, mais pas la seule, a été donnée par Martin Suter, un ancien président de l'ADC (oui, celui qui écrit maintenant des romans et aussi des chansons pour Stefan Eicher): «L'ADC améliore la publicité en l'évaluant». Et c'est bien sûr toujours d'actualité. Ensuite, parce que les créations primées sont d'excellents exemples à présenter non seulement aux clients, mais aussi à toute la branche de la communication, et en particulier à la relève. Et également parce qu'un projet créatif réussi fait de l'effet – sur le grand public aussi.

Le jury de l'ADC se compose des meilleurs créatifs, tous plus innovants les uns que les autres: directeurs de création, directeurs artistiques, rédacteurs, concepteurs, auteurs, réalisateurs, spécialistes du film, photographes, illustrateurs, musiciens, designers, experts d'internet, etc. Ensemble, ils discutent et évaluent les dossiers. Leurs choix définissent de nouveaux standards. Le cube de l'ADC est donc une récompense convoitée, considérée comme la plus difficile à obtenir en Suisse. C'est ce qui explique que les agences et les personnes récompensées jouissent de la considération des clients et de toute la branche de la communication.

Tous les projets conçus et publiés en Suisse entre le 1.1.2021 et le 28.2.2022. Les projets conçus en Suisse et publiés à l'étranger sont également autorisés à participer. La seule exception est la catégorie «Deuxième chance», voir la page 4 à ce sujet.

Les critères d'évaluation

La qualité ne connaît pas de quotas. L'ADC discute et évalue donc les projets selon des critères uniquement qualitatifs. Ils utilisent premièrement le système 7+ de Michael Conrad. Et deuxièmement les 3Q (trois questions) de Frank Bodin.

Le système 7+:

10. Le top mondial
9. Nouveau standard dans la publicité en général
8. Nouveau standard dans une catégorie
7. Excellente réalisation
6. Idée pétillante
5. Stratégie innovante
4. Cliché
3. Pas concurrentiel
2. Destructif
1. Flippant

Les 3Q:

Cela fait-il sens?

Cela fait-il bouger les gens et la marque?

Cela peut-il servir d'exemple?

Les catégories

Vous avez à votre disposition 19 catégories. Il y a deux groupes de catégories: «Médias» et «Artisanat».

«Médias»: «Numérique»; «Film»; «Annonces»; «Affiches»; «Marketing direct»; «Promotions et événements»; «RP»; «Audio»; «Design»; «Creative Media»; «Evergreen»; «Campagnes»; «Good»; «Covid-19»; «Deuxième chance».

«Artisanat»: «Numérique»; «Audio»; «Photo et Illustration»; «Direction artistique»; «Texte».

Voici les nouveautés survenues depuis l'année dernière:

a) Nouvelles catégories: «Good» et «Deuxième chance».

La catégorie «Good» a été conçue pour regrouper en une catégorie les communications créatives allant au-delà de l'objectif d'une marque (p. ex. pour faire évoluer la culture, provoquer un changement et influencer positivement le monde). Les principaux thèmes peuvent être: la pauvreté, la faim, la santé, l'éducation, les droits de l'Homme, le pouvoir, l'égalité des genres, la protection des animaux, la protection de l'environnement, le changement climatique, la durabilité, etc. Les travaux présentés ici peuvent également toujours être présentés dans d'autres catégories, mais ils doivent alors être comparés à des travaux purement commerciaux.

Chaque année, quelques travaux manquent de peu la shortlist. C'est certes à juste titre, selon les règles du jury ADC, mais cela tient parfois à de petits détails, comme un slogan de campagne trop compliqué, un montage trop long ou un film case incompréhensible. Ces travaux, qu'il est relativement facile d'améliorer, peuvent être présentés une nouvelle fois cette année dans la catégorie «Deuxième chance». Unique condition: le travail doit avoir été publié une nouvelle fois dans sa version améliorée entre le 1.1.2021 et le 28.2.2022.

b) Les catégories «Film», «Affiches» et «Campagnes» ont été retravaillées.

La catégorie «Film» a été affinée et tient désormais compte, entre autres, des prestations individuelles exceptionnelles d'un projet de film, comme la réalisation, la caméra, le montage, le casting, etc. dans la sous-catégorie «Film Craft».

La catégorie «Affiches» est à nouveau divisée en deux sous-catégories: «Print» et «Numérique».

La catégorie «Campagnes» est à nouveau divisée en «Intégrées» et «Médias sociaux».

- c) La catégorie «Audio», anciennement «Musique (Son et Design)», englobe à nouveau les sous-catégories «Radio», «Audio Publishing» et «Audio Design».
- d) Une distinction particulière: le jury Or élit le Grand Prix de l'année parmi les prix or. Toutefois, celui-ci n'est pas obligatoirement attribué – il l'est uniquement lorsqu'un travail ayant reçu le prix or se distingue parmi tous les autres travaux en or.

Ce qui n'est plus nouveau, mais reste important.

- e) La catégorie «Covid-19» et ses sous-catégories «Créativité et Covid-19» et „Annulé en raison du Covid-19» sont de retour pour une deuxième année afin de récompenser les réalisations exceptionnelles en rapport avec le coronavirus en ces temps difficiles.
- f) Le comité anti-triche est composé de quatre membres votants et du Chairman du jury. Les membres du comité anti-triche sont élus avant l'évaluation du jury par tous les jurés. Seuls les membres du jury Or peuvent se présenter, soit tous les délégués du jury et les présidents du jury.
- g) Aucune objection telle que «On a déjà vu ça» n'est autorisée. En cas de soupçon, on s'adresse discrètement au président du jury de la catégorie correspondante. Il transmet le soupçon, s'il est fondé, au comité anti-triche. Le règlement prévoit également que le comité anti-triche puisse retirer une distinction, en cas de doublon par exemple, jusqu'à 30 jours après la remise du prix.
- h) Gagner n'est pas une question de taille d'agence: les particuliers, les indépendants, les studios, etc. peuvent bénéficier d'une réduction dans les catégories photographie, illustration et design.
- i) L'ADC Switzerland est très attachée à l'encouragement et à la formation continue des talents créateurs. Dans le cadre du concours de créativité le plus important en Suisse, des étudiants et diplômés de hautes écoles (spécialisées) ou d'écoles privées dans le domaine de la création sont invités à soumettre leurs meilleures créations ou leurs projets de fin de semestre ou fin d'études dans la catégorie «Students». Le jury ADC établit une shortlist dans les sous-catégories «Numérique», «Cast/médias audiovisuels», «Communication visuelle et Design», ainsi que pour «Artisanat». Le projet le plus remarquable reçoit la distinction «Student of the year» et son projet est soumis à la «Students Competition» d'ADC of Europe.
- j) Les récompenses multiples (par exemple Or et Argent pour le même projet, ou encore trois fois Bronze pour le même projet) sont possibles, à l'exception des combinaisons des catégories suivantes: «Ambient» et «Affiches»; «Publicité en

ligne» et «Promotions et événements». Ainsi que la combinaison «Campagnes» et «Good», car les travaux ne peuvent être soumis que dans l'une ou l'autre catégorie.

Il n'est pas possible de recevoir plusieurs fois de l'or pour un même dossier, à l'exception des combinaisons avec les catégories «Campagnes» et «Evergreen» ainsi que la catégorie «Covid-19». S'il arrive qu'un dossier reçoive plusieurs fois de l'or (par exemple: la même campagne obtient de l'or dans les catégories «Annonces» et «Affiches»), le jury Or décidera dans quelle catégorie le dossier sera récompensé par de l'or et dans quelle catégorie il recevra de l'argent.

- k) Dans le groupe «Artisanat», les catégories «Direction artistique», «Numérique», «Texte» et «Audio» ont pour objectif de désigner les trois meilleurs projets de chaque catégorie. C'est pourquoi, dans chacune de ces trois catégories, le jury ne peut déterminer que six shortlists au maximum et décerner une fois de l'or, une fois de l'argent et une fois du bronze.

Il n'y a rien à perdre

L'ADC Switzerland vous fait remporter les distinctions Shortlist, Bronze, Argent, Or ou Evergreen. Le jury Or élit le Grand Prix de l'année parmi les prix or. Toutefois, celui-ci n'est pas obligatoirement attribué – il l'est uniquement lorsqu'un travail ayant reçu le prix or se distingue parmi tous les autres travaux en or.

Si une création parvient à s'inscrire sur la shortlist, le client et l'agence recevront un diplôme et le travail sera publié dans les archives des gagnants de l'ADC et dans les annales disponibles en option.

Si une création remporte une récompense, le client et l'agence recevront un diplôme ainsi que l'un des cubes ADC très convoités: Bronze, Argent, Or ou Evergreen ou le Grand Prix; et le travail sera publié dans les archives des gagnants de l'ADC ainsi que dans les annales disponibles en option. Les créations récompensées par un cube ADC Or ou Evergreen bénéficieront également d'une grande visibilité lors de la cérémonie de remise des prix de l'ADC et dans les médias, et pourront participer gratuitement à l'évaluation du jury d'ADC of Europe.

Gagnant de la catégorie «Students»

Si une création se retrouve dans la shortlist, elle sera publiée dans les archives des gagnants de l'ADC, dans les annales disponibles en option, et vous recevrez un diplôme.

Le projet le plus remarquable reçoit la distinction «Student of the year». Le vainqueur reçoit un diplôme, le cube ADC Student et son projet est par ailleurs qualifié pour la «Students Competition» d'ADC of Europe.

2. Les aspects financiers et juridiques

Les frais de participation

Envoi isolé	CHF 400 plus 7.7% de TVA
Campagne comprenant deux à six éléments	CHF 650 plus 7.7% de TVA
Campagne comprenant sept à douze éléments	CHF 750 plus 7.7% de TVA
Catégorie «Numérique»*	CHF 650 plus 7.7% de TVA
Catégorie «Evergreen»*	CHF 950 plus 7.7% de TVA
Catégorie «Campagnes»*	CHF 950 plus 7.7% de TVA
Catégorie «Covid-19»*	CHF 300 plus 7.7% de TVA
Catégorie «Good»*	CHF 300 plus 7.7% de TVA
Catégorie «Deuxième chance»*	CHF 300.– plus 7,7% de TVA
Catégorie «Students»*	CHF 50 plus 7.7% de TVA

*indépendamment du nombre d'éléments envoyés

Remise dans les catégories: photographie, illustration et design**

Envoi isolé	CHF 200 plus 7.7% TVA
Serie comprenant deux à six éléments	CHF 300 plus 7.7% TVA
Serie comprenant sept à douze éléments	CHF 400 plus 7.7% TVA

** Les particuliers, les freelances, les studios, etc. doivent envoyer un e-mail au bureau de l'ADC avant de finaliser la soumission. Ce n'est qu'à partir de ce moment-là que la réduction sera validée.

La facturation

Quand vous aurez saisi vos créations sur notre site, vous paierez le montant dû par carte de crédit, par PostFinance ou par TWINT. Vous recevrez ensuite une confirmation de réception.

Catégorie «Students»

D'autres principes s'appliquent à la catégorie «Students». Les projets soumis doivent être accompagnés d'une attestation (à télécharger dans «Annexes»), sur laquelle figurent le thème et le nom de l'étudiant ainsi que – pour un projet de fin de semestre ou de fin d'études – la date de dépôt du projet. L'attestation doit être signée par l'enseignant/le professeur compétent et le tampon de la haute école (spécialisée) ou de l'école privée dans le domaine de la création doit être apposé.

Seront évalués

Tous les projets conçus et publiés en Suisse entre le 1.1.2021 et le 28.2.2022. Les projets conçus en Suisse et publiés à l'étranger sont également autorisés à participer.

Les créations diffusées en janvier et février 2021 qui ont été soumises pour les ADC Awards 2021 sont exclues du vote du jury 2022 et ne peuvent pas être soumises une seconde fois. La seule exception est la catégorie «Deuxième chance», voir la page 4 à ce sujet.

De manière générale, seront uniquement évalués et récompensés les projets relevant clairement de la responsabilité d'une agence suisse ou d'une entreprise suisse responsable de la conception.

Exceptions: dans la catégorie «Film», les réalisateurs suisses peuvent aussi envoyer leurs créations réalisées pour une utilisation à l'étranger ou pour des agences localisées à l'étranger. Dans la catégorie «photographie et illustration», la même règle est valable pour les photographes et illustrateurs suisses.

Les projets conçus à l'étranger, mais qui ont été créés expressément pour la Suisse et n'ont été publiés que dans notre pays sont autorisés.

Les projets doivent être envoyés au jury sous la même forme que celle dans laquelle ils sont parus (format, taille du logo etc.). Un/e responsable de l'agence doit être joignable à tout moment pendant l'évaluation du jury afin de pouvoir fournir des renseignements en cas de doute. Nous exigeons une attestation correspondante et une personne de référence au sein de l'agence pour répondre aux questions ainsi qu'une référence chez le client avec numéro de téléphone (voir formulaire en ligne).

Quelles seront les créations non évaluées?

Les œuvres fictives qui ont été inventées uniquement à des fins de présentation ou de concours et qui n'ont pas été réellement réalisées et publiées, ou qui ont seulement été publiées dans un article éditorial («Comment les professionnels de la publicité procéderaient-ils pour vendre tel ou tel produit?») ne seront pas soumises au jury. Les travaux qui ne correspondent pas à la réalité en termes de forme, de couleur, de contenu et d'apparence ne sont pas non plus admissibles, par exemple: les annonces d'une demi-page présentées sous forme de double page, les films qui n'ont été diffusés qu'une seule fois pro forma sur une chaîne locale, les affiches qui ont été posées uniquement pour qu'elles soient prises en photo. Les soumissions contenant de fausses informations, telles que des valeurs de performance fictives, peuvent également être rejetées. À des fins de vérification, il est possible de contacter la personne de référence chez le client. Le nom de cette personne ainsi que la confirmation de publication se trouvent sur chaque formulaire de soumission en ligne.

Les présidents des différents jurys attireront l'attention du président général sur les projets douteux. Le comité anti-triche, constituée de cinq présidents de jury, décidera de l'éventuelle disqualification d'une création. Cette disqualification se fera si aucune confirmation claire n'a été obtenue du client ou si l'agence ne fournit pas de justificatif original et/ou de plan de publication avant la clôture de l'évaluation.

En principe, il n'est pas dans l'esprit du concours de disqualifier ultérieurement des prix après l'évaluation et l'attribution des prix. Toutefois, en cas de similitudes frappantes avec des œuvres déjà existantes, des mesures doivent être prises - les doublons ne peuvent pas être distingués ou doivent être disqualifiés après coup. Le délai de déclaration d'un doublon est de 30 jours maximum après la remise du prix. La question de savoir s'il s'agit d'un doublon relève du pouvoir discrétionnaire du comité anti-triche et doit être tranchée et justifiée par celui-ci.

Pour éviter tout litige

Les évaluations de l'ADC se font dans les mêmes conditions de participation que tous les autres concours de création. Cela veut dire en clair: Le jury siège, en règle générale, en public mais il n'y a aucune interaction entre le jury et le public. Chacun est libre de penser ce qu'il veut des décisions du jury. Toutefois, l'ADC n'échange aucune correspondance à ce propos. La voie juridique est exclue.

Les informations que vous donnez en ligne doivent absolument être correctes. Si vous ne respectez pas les conditions de participation, une éventuelle récompense perdra sa validité. L'ADC n'assume aucune responsabilité si des renseignements erronés ou incomplets entraînent une violation de droits d'auteur ou toute autre blessure infligée à des âmes sensibles. Il n'assume aucune responsabilité si des créations sont endommagées, volées ou perdues. Si le cas se produisait, vous devez être en mesure de nous faire parvenir un deuxième exemplaire de votre création.

Les soumissions erronées ne seront pas évaluées. L'ADC ne rembourse pas les frais de participation. Cette règle est aussi valable pour les dossiers envoyés et que vous souhaiteriez retirer ultérieurement.

L'ADC ne renvoie pas les projets remis. Toutes les créations restent à l'ADC pour être exposées et à d'autres fins similaires. En envoyant vos créations, vous vous déclarez tacitement d'accord avec cette règle.

Pour que tout soit bien clair

Vous pouvez consulter les archives de l'ADC pour savoir comment soumettre vos travaux: www.adc.ch/fr/archiv

Si vous avez un doute, adressez-vous au secrétariat de l'ADC:
044 262 00 33 ou info@adc.ch

Pour que tout arrive à temps: Le délai de participation est fixé au 1^{er} avril 2022.

Dans les cas exceptionnels, si vous voyez que vous n'arriverez pas à saisir ou à faire parvenir vos créations dans les délais impartis, prenez immédiatement contact avec le secrétariat pour trouver un accord. Nous vous facturerons les heures de projet causées par des créations envoyées trop tard ou de manière imprécise (par exemple, corrections ultérieures des crédits). Pour éviter les erreurs et les frais supplémentaires, nous vous prions de lire attentivement les consignes.

Pour que tout arrive à bon port

Rendez-vous sur www.adc.ch pour nous envoyer vos créations. Notre adresse postale pour les documents que vous nous enverrez physiquement est:
ADC Switzerland, Zentralstrasse 18, 8003 Zurich.



3. La Soumission

La soumission est simple

Toutes les créations sont soumises via le site www.adc.ch. Cette procédure est généralement rapide, claire et facile, ce qui est également le cas du traitement des paiements. Avant de pouvoir commencer la procédure de soumission, vous devez vous inscrire. Les soumissions peuvent, par ailleurs, être modifiées à tout moment jusqu'à la date limite ou jusqu'à ce que le paiement soit effectué.

Vous pouvez consulter les archives de l'ADC pour savoir comment soumettre vos travaux: www.adc.ch/fr/archiv

Remplir le formulaire

Il convient de faire preuve de rigueur tout au long du processus: Tous les détails enregistrés sur le formulaire de soumission peuvent se révéler importants à une date ultérieure, par exemple pour les données figurant sur le cube ADC ou les communiqués de presse et bien d'autres éléments encore. Il est également préférable de bien citer les noms: Veillez à ne pas oublier les noms des personnes ayant partagé la responsabilité de la réalisation de l'œuvre (mentionnez les personnes par leur nom et prénom, mais ne citez la même personne qu'une seule fois).

Création unique ou création constituée de plusieurs parties

Dans le cas d'une création en plusieurs parties, au moins deux parties doivent être téléchargées, ce qui est logique. Tout aussi logique: Un travail en plusieurs parties est toujours évalué dans son intégralité, alors qu'un travail unique est jugé seul. Les créations uniques ou en plusieurs parties peuvent être accompagnées de notes explicatives pour aider le jury à mieux les comprendre, mais celles-ci ne seront pas jugées.

Télécharger les créations

Veillez télécharger le document principal à évaluer dans la section «Travail principal». Pour les campagnes (création en plusieurs parties), veuillez télécharger les différentes parties dans la zone de téléchargement prévue à cet effet. Les autres fichiers inclus et pertinents pour l'évaluation du jury, ainsi que les preuves de publication, appartiennent à la section «Documents annexes».

Le téléchargement des créations s'effectue par un simple glisser-déposer: Déplacer les fichiers sélectionnés jusqu'à la zone prévue à cet effet. Il est possible de télécharger simultanément différents formats de fichiers. Patienter quelques instants et contrôler que tous les fichiers ont bien été acceptés par le système.

Crédits

Avant la soumission, tous les crédits doivent être vérifiés en ligne à l'aide de l'aperçu de l'étiquette du cube et du diplôme. Le candidat participant est responsable de l'exhaustivité et de l'exactitude. Les ajustements subséquents aux crédits sont assujettis à des frais et seront facturés en fonction du travail à fournir.

Confirmation de publication

À la fin du formulaire de soumission en ligne, il faut remplir la confirmation de publication (où, quand et à quelle fréquence la création a été publiée sous forme abrégée). Par exemple, «Presse avec cinq titres (Le Matin, Tribune de Genève, Le Temps etc.), mai/juin 2021, trois fois suivant le format page 1/1» ou «Courrier adressé Suisse romande, août 2021, 31 100 destinataires» ou «Collecte de fonds à Lausanne, août 2021, objet d'une représentation à 20 reprises pour les invités VIP». Dans tous les cas, soyez *honnête et clair*.

N'oubliez pas: Un.e responsable de l'agence doit être joignable à tout moment pendant l'évaluation du jury afin de pouvoir fournir des renseignements en cas de doute.

Lorsque vous êtes sur le point de terminer de remplir le formulaire

Avant de valider et de payer la soumission en ligne, veuillez vérifier une dernière fois que les différentes spécifications et exigences de chaque catégorie sont respectées. Les créations soumises de manière incorrecte ou qui contiennent des informations erronées ou insuffisantes ne seront pas évaluées par le jury et l'ADC ne remboursera pas non plus les frais de soumission. « Cette règle est aussi valable pour les dossiers soumis qui sont retirés ultérieurement. *L'ADC n'assume aucune responsabilité pour la qualité des travaux soumis. C'est à la personne qui soumet la création qu'incombe cette responsabilité.*

Une fois que vous avez terminé de remplir le formulaire

Vous pouvez payer vos dossiers séparément ou tous ensemble. Une fois que vous avez effectué votre paiement, vos créations nous seront transmises et vous recevrez par courriel une confirmation de réception, une fiche d'accompagnement pour d'éventuelles annexes physiques ainsi qu'un justificatif de paiement.



4. Les dates

- Date limite de participation: vendredi 1^{er} avril 2022
- L'ADC Award Night et le Gala sont en cours de planification, l'ADC Switzerland étudie différentes options et vous informera dès qu'une date pourra être fixée.



5. Les catégories

Catégories et sous-catégories

1 Numérique

- 1.1 Sites web
- 1.2 Campagnes en ligne
- 1.3 Mesure en ligne
- 1.4 Mobile
- 1.5 Médias sociaux
- 1.6 Marketing de contenu
- 1.7 Artisanat technologique
- 1.8 Données créatives
- 1.9 Commerce électronique
- 1.10 Promotions interactives

2 Film

- 2.1 TV, cinéma formats courts
- 2.2 TV, cinéma longs formats
- 2.3 Films en ligne formats courts
- 2.4 Films en ligne longs formats
- 2.5 Trailers TV, station design
- 2.6 Film documentaire
- 2.7 Film pour point de vente
- 2.8 Film pour présentation d'entreprise
- 2.9 Pre-roll
- 2.10 Formats spéciaux
- 2.11 Film Craft

3 Annonces

- 3.1 Annonces uniques
- 3.2 Campagnes

4 Affiches

- 4.1 Print
- 4.2 Numérique

5 Marketing direct

- 5.1 Marketing direct

6 Promotions et événements

- 6.1 Promotions
- 6.2 Événements

7 RP

- 7.1 Projets uniques
- 7.2 Campagnes

8 Audio

- 8.1 Radio
- 8.2 Audio Publishing
- 8.3 Audio Design

9 Good

- 9.1 Projets uniques
- 9.2 Campagnes

10 Creative Media

- 10.1 Creative Media
- 10.2 Ambient

11 Design

- 11.1 Graphic Design
- 11.2 Corporate Design
- 11.3 Design de produits et d'emballages
- 11.4 Edition
- 11.5 Commandes commerciales

12 Photographie et Illustration

- 12.1 Photographie Architecture, Architecture d'intérieur
- 12.2 Photographie Paysage
- 12.3 Photographie Mode, Beauté, People, Portrait
- 12.4 Photographie Reportage, Photographie documentaire (actualités, sport, etc.)
- 12.5 Photographie Still Life, Food
- 12.6 Illustration avec photo, Traitement de l'image, Composing
- 12.7 Illustration

13 Direction artistique

- 13.1 Numérique
- 13.2 Film
- 13.3 Annonces/Affiches/Marketing direct/Design

14 Texte

- 14.1 Numérique
- 14.2 Film
- 14.3 Annonces/Affiches/Marketing direct/Design
- 14.4 Audio

15 Campagnes

15.1 Intégrées

15.2 Médias sociaux

16 Evergreen

16.1 Evergreen

17 Covid-19

17.1 Créativité et Covid-19

17.2 Annulé en raison du Covid-19

18 Deuxième chance

18.1 Projets uniques

18.2 Campagnes

19 Students

19.1 Numérique

19.2 Cast/médias audiovisuels

19.3 Communication visuelle et Design

19.4 Artisanat

1 Numérique

1.1 Sites Web – sites Web, micro-sites, magazines en ligne, service Web, etc.

1.2 Campagnes en ligne – campagnes uniquement conçues pour être diffusées en ligne et qui comportent au moins 3 productions, p. ex. site Web et vidéo en ligne et bannière.

1.3 Mesure en ligne – par rapport à la sous-catégorie campagne en ligne, il ne s'agit pas d'une campagne en réseau, mais de mesures autonomes telles que des bannières, des annonces dans les médias sociaux, des films interactifs, des podcasts, etc.

1.4 Mobile – sites Internet mobiles, applications mobiles, Activation by Location or Proximity, Augmented Mobile Experience, etc.

1.5 Médias sociaux – Projets uniques qui jouent de façon créative avec les mécanismes des médias sociaux, activations des médias sociaux, mesures d'influence, messages individuels, séries de messages, publicités jouables, etc.

Remarque: Les campagnes médias sociaux sont à soumettre dans la catégorie «15.2 Campagnes, Médias sociaux».

1.6 Marketing de contenu – contenu informatif et/ou divertissant pour une entreprise ou un produit qui est diffusé aux consommateurs sur divers canaux numériques – sous forme de podcasts, de chaînes YouTube, de contenu éditorial, de contenu de blog, de flux, etc.

1.7 Artisanat technologique – nouveau standard ou Benchmark par rapport à l'interface utilisateur ou l'expérience utilisateur, AR ou VR, innovation en termes de programmation et/ou de mise en œuvre.

1.8 Données créatives – les évaluations et l'interprétation des données servent de base à une idée/stratégie/campagne dans l'espace numérique. Les mots-clefs sont: mise en récit de données, ciblage piloté par les données, innovation pilotée par les données, datavisualisation, utilisation de données en temps réel, connaissances issues des données sociales, collectes de données, etc.

1.9 Commerce électronique – solutions créatives pour la vente numérique dans les boutiques en ligne. Traitement innovant des moyens de paiement, mesures de fidélisation de la clientèle, utilisation intelligente du Customer Journey, acquisition de nouveaux clients, mesures de personnalisation, liens avec le point de vente physique, etc.

1.10 Promotions interactives – concours, jeux, etc. mettant l'accent sur l'activation et l'engagement, la créativité concernant le contenu et le mécanisme est primordiale.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

2 Film

2.1 TV, cinéma formats courts – d’une durée maximale de 30 secondes chacun (spots uniques et campagnes/séries).

2.2 TV, cinéma longs formats – d’une durée à partir de 30 secondes chacun (spots uniques et campagnes/séries).

2.3 Films en ligne, formats courts – spots uniques, séries de spots uniques d’une durée maximale de 30 secondes chacun.

2.4 Films en ligne, longs formats – spots uniques, séries, webisodes d’une durée à partir de 30 secondes chacun.

2.5 Trailers TV, station design – publicité pour une émission ou un programme; annonces et indications; préfilms; début et fin des blocs publicitaires; logos; etc. d’une durée maximale de 60 secondes.

2.6 Film documentaire – film qui documente des événements non fictifs.

2.7 Film pour point de vente – film spécialement produit pour un point de vente réel (p. ex. magasin, stand).

2.8 Film pour présentation d’entreprise – film qui présente une entreprise, son secteur d’activité, ses produits ou ses services dans un objectif de présentation.

2.9 Pre-roll – publicités pre-roll produites pour les appareils portables et les médias en ligne.

2.10 Formats spécifiques – concepts d’émission, nouvelles utilisations des films, formats spéciaux, etc.

2.11 Film Craft – prestation individuelle exceptionnelle d’un projet de film, comme la réalisation, la caméra, le montage, le casting, la post-production/CGI/VFX ou le décors/Production Design.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

3 Annonces

Publicité en tant que publicités uniques et campagnes – communication marketing qui utilise les médias imprimés.

Les projets doivent être présentés dans le format dans lequel ils ont été publiés.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

4 Affiches

4.1 Imprimé – affiches dans leur version imprimée placées dans des espaces publics.

4.2 Numérique – supports publicitaires numériques avec mouvement image/texte placés dans l'espace public.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

5 Marketing direct

Des mesures qui présentent un appel à l'action, qui génèrent une réponse directe, qui renforcent la relation client avec un groupe cible spécifique B2B ou B2C et qui peuvent comptabiliser des résultats clairement démontrés, toujours avec l'intention de générer une réponse ou de déclencher une action spécifique servant la relation client ou commerciale.

Il s'agit notamment de mesures telles que les mailings/envois postaux adressés et non adressés, les e-mails, les programmes de dialogue cross-médias, les annonces Dialog Print, les brochures, les dossiers de vente, les dépliants, les mesures d'acquisition, l'approche via des plateformes numériques, Ambient OoH, la diffusion, les médias sociaux, etc.

Remarque: Il est conseillé de ne pas soumettre le même Casefilm que dans la catégorie Promotions et événements.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

6 Promotions et événements

6.1 Promotions – promotions des ventes temporaires B2B ou B2C, qui déclenchent l'activation immédiate d'un produit ou d'un service.

Une promotion peut être récompensée également dans la catégorie Campagnes uniquement si elle a été soumise en tant que campagne indépendante. Si la soumission est identique dans la catégorie Promotions et événements et dans la catégorie Campagnes, une double distinction n'est pas possible. Le Jury Or décidera alors dans quelle catégorie le prix sera attribué.

6.2 Evénements – événements B2B ou B2C de tout type qui, à l'aide de mises en scène tridimensionnelles ainsi que d'une approche multisensorielle, deviennent des expériences particulières, comme des activités sur des salons, des roadshows, des installations, des expositions, des Life Experience, des interventions dans l'espace (expérience au seuil de l'art), des bornes interactives.

Remarque 1: Il est conseillé de ne pas soumettre le même Casefilm que dans la catégorie Marketing direct.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties.)

7 RP

Projets créatifs uniques RP et campagnes RP – conçus et réalisés dans le but d'amener un écho positif dans les médias et/ou dans les médias sociaux (médias sensibilisés), p. ex. marketing d'influence, communication de crise, partenariat de marque/sponsoring, Employer Branding, Cause-related Marketing, Agenda Surfing, Public Affairs.

Les travaux apportent la preuve d'une multiplication par les médias (earned) et/ou les médias sociaux (shared). Comme base d'évaluation, des clippings ou des monitorings doivent en outre être téléchargés en format PDF sous "Annexes".

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

8 Audio

8.1 Radio – spots individuels et campagnes.

8.2 Publication audio – spots individuels, campagnes, podcasts/webcasts, pièces radiophoniques/livres audio, etc. pour les médias en ligne et les services de streaming.

8.3 Audio Design – composition, adaptation, pick (utilisation de la musique existante) de musique ou de son dans des applications les plus diverses, comme des spots publicitaires, de la musique de film, des bannières, des jingles, des spots radio et audio publishing, en plus de la réalisation et du casting.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

9 Good

La catégorie «Good» a été conçue pour regrouper en une catégorie les communications créatives allant au-delà de l'objectif d'une marque (p. ex. pour faire évoluer la culture, provoquer un changement et influencer positivement le monde). Les principaux thèmes peuvent être: la pauvreté, la faim, la santé, l'éducation, les droits de l'Homme, le pouvoir, l'égalité des genres, la protection des animaux, la protection de l'environnement, le changement climatique, la durabilité, etc.

Les travaux présentés ici peuvent également toujours être présentés dans d'autres catégories, mais ils doivent alors pouvoir être comparés à des travaux purement commerciaux.

Exception: Les travaux soumis dans cette catégorie sont exclus de la catégorie "Campagnes".

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties).

10 Creative Media

10.1 Creative Media – projets innovants possédant des qualités créatives et techniques et redéfinissant l'interface entre l'humain et le média; à côté des médias classiques, cette catégorie inclut en particulier les médias actuels comme internet, les médias mobiles et les médias sociaux; l'évaluation se fait en fonction de la force innovante de l'idée média et de la qualité de la réalisation.

10.2 Ambient – publicité extérieure présente dans l'environnement direct du groupe cible.

Les détournements (affiche qui rit; affiche dont des éléments dépassent le cadre; affiche placée à un endroit inhabituel) qui utilisent le format classique de l'affiche doivent être envoyées dans la catégorie «Affiches». Les projets remis dans la catégorie «Ambient» sont exclus de la participation à la catégorie «Affiches».

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

11 Design

11.1 Graphic design – supports publicitaires imprimés, affiches culturelles où le graphisme est l'élément essentiel.

11.2 Corporate Design – chartes visuelles d'entreprises, programmes conceptuels.

11.3 Design de produits et d'emballages – emballages, accessoires, design pour lesquels la forme, la matière et le graphisme caractérisent l'objet.

11.4 Edition – créations uniques ou œuvres complètes dans le domaine de la rédaction ou de l'édition; journaux, revues, ajouts à des journaux ou livres entiers; magazines, articles ou séries d'articles.

11.5 Projets commerciaux – magazines clientèle, plaquettes d'entreprise, rapports annuels, catalogues.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

12 Photographie et illustration

Les projets de toutes sortes effectués sur commande produits pour les sous-catégories «Architecture, Architecture d'intérieur», «Paysage», «Mode, Beauté, People, Portrait», «Reportage», «Photographie documentaire (actualités, sport, etc.)», «Still Life ou Food» ou les «illustrations avec photo, traitement de l'image, composing» et les «illustrations».

Seront évalués exclusivement les projets effectués sur commande, peu importe le contexte dans lequel ils ont été créés. Dans la catégorie Photographie, l'ADC récompense les projets que le photographe a conçus et marqués de manière significative. Aucune photographie illustrant uniquement une idée ne sera récompensée.

Dans la catégorie Illustration seront également évalués les projets basés sur des modèles photographiques dont le contenu iconographique a été créé par traitement numérique de l'image. Que sont les illustrations basées sur des modèles photographiques? Ce sont des images qu'a priori la photographie ne peut pas générer, des images dont le message global peut uniquement être créé grâce au traitement numérique, appelé composing.

Important: Veuillez soumettre les images seules, sans tout ce qui les entoure. Soumettez seulement la photo, pas toute l'annonce.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

13 Direction artistique

Direction artistique (Annonces, Affiches, Marketing direct, Portails, Blogs, Newsletters, Interface Design) dans les supports publicitaires imprimés et numériques.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)

14 Texte

Textes de tout genre: copy, headlines, claims, monologues, dialogues, packaging, interviews, reportages, essais, chroniques, portraits, rapports, livres ou contributions rédactionnelles (marketing de contenu).

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties).

15 Campagnes

15.1 Intégrées – Des campagnes multimédias complexes qui se basent sur une idée neutre du point de vue des médias et qui créent une apparence globale grâce à l'imbrication intelligente des canaux, des disciplines et des médias. Les différents moyens de communication doivent se compléter, s'enrichir, se succéder temporellement – ils doivent être visiblement liés les uns aux autres, par exemple par le design, le texte, la tonalité ou le visuel clé.

Remarque: Bien entendu, des parties individuelles de la campagne peuvent également être soumises dans d'autres catégories. Par conséquent, les parties individuelles (telles qu'une promotion) ne peuvent recevoir une récompense dans la catégorie Campagnes que s'ils font partie d'une campagne plus complète.

15.2 Médias sociaux – campagnes diffusées exclusivement sur les canaux numériques. Elles doivent comporter les caractéristiques typiques d'une campagne et être facilement identifiables comme telles.

Remarque: Des éléments individuels de la campagne peuvent bien entendu être soumis dans la catégorie "1.5 Digital, Social Media".

Selon l'étendue de chaque campagne, téléchargez une présentation PowerPoint en format PDF sur le site Web sous la rubrique Annexes.

16 Evergreen

Des campagnes basées sur le même principe directeur depuis au moins trois ans, de sorte que la continuité et la cohérence stratégiques et conceptuelles sont au plus haut niveau et ont déjà reçu de nombreux prix depuis plusieurs années.



Dans cette catégorie, au maximum trois projets remis peuvent recevoir un prix spécial.

Une fois qu'une campagne a reçu un Evergreen, elle ne peut être soumise à nouveau que trois ans après avoir reçu le prix. Les parties actuelles de la campagne peuvent bien sûr être soumises et récompensées dans toutes les autres catégories, indépendamment de la participation au jury Evergreen.

17 Covid-19

17.1 Créativité et Covid-19 – Le coronavirus pose d'immenses défis pour le monde entier, notamment pour le monde de la publicité et de la communication. Par exemple, lorsque des campagnes spéciales sont réalisées du jour au lendemain, dans des situations plus ou moins difficiles. Avec la sous-catégorie «Créativité et Covid-19», l'ADC Switzerland tient à saluer ces réalisations exceptionnelles: Des travaux provenant de toutes les catégories liées au Covid-19 (remerciements aux employés, campagne d'encouragement, prévention, etc.) peuvent être soumis. La stratégie et l'idée sont au premier plan, sachant que la qualité de l'exécution est souvent subordonnée à l'urgence et aux conditions de production. Les travaux soumis dans la sous-catégorie «Créativité et Covid-19» sont également admissibles dans les catégories «Médias» ou «Artisanat» et doivent remplir les conditions respectives et avoir été publiés. Ils peuvent faire l'objet de doubles distinctions avec toutes les autres catégories.

17.2 Annulé en raison du Covid-19 – De nombreuses campagnes déjà réalisées n'ont malheureusement jamais vu le jour à cause du coronavirus. Parmi elles, figurent certainement des travaux qui ne méritaient pas de tomber dans l'oubli. L'ADC souhaite leur donner la chance d'être appréciés. Les travaux de toutes les catégories qui ont été achevés mais qui n'ont pas pu être publiés à cause du Covid-19 peuvent être soumis. Attention: Les créations non réalisées, les contrefaçons, etc., ne sont pas acceptées. Seules les créations terminées qui ont dû être suspendues par le client à la dernière minute et à cause du Covid-19 sont explicitement autorisées. La soumission n'est autorisée que dans cette sous-catégorie et un consentement écrit du client doit être fourni dans tous les cas.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties).

18 Deuxième Chance

Chaque année, quelques travaux manquent de peu la shortlist. C'est certes à juste titre, selon les règles du jury ADC, mais cela tient parfois à de petits détails, comme un slogan de campagne trop compliqué, un montage trop long ou un film case incompréhensible. Ces travaux, qu'il est relativement facile d'améliorer, peuvent être présentés une nouvelle fois cette année dans la catégorie «Deuxième chance».

Unique condition: le travail doit avoir été publié une nouvelle fois dans sa version améliorée entre le 1.1.2021 et le 28.2.2022.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties).

19 Students

19.1 Numérique – Site Web, Micro-site, Application, Mobile, Médias sociaux, Interface Design, Game Design.

19.2 Cast/Médias audiovisuels – film, audio.

19.3. Communication visuelle et Design – Corporate Design et Identity, Annonces et Affiches, Marketing direct, Promotions et Evénements, Editorial, Campagnes intégrées.

19.4. Artisanat – Photo, Illustrations, Texte, Animation.

Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties).

Les travaux soumis doivent être accompagnés d'une attestation (à télécharger sous «Annexe»), sur laquelle figurent le thème et le nom de l'étudiant ainsi que – pour un travail de fin de semestre ou de fin d'études – la date de dépôt du travail.

L'attestation doit être signée par l'enseignant/le professeur compétent et le tampon de la haute école (spécialisée) ou de l'école privée dans le domaine de la création doit être apposé.



6. Les formats et spécifications techniques

Tous les projets doivent être envoyés en passant par notre site Internet. Dans certaines catégories, les créations doivent être complétées par des annexes physiques.

Formats

Vidéo	MP4 (H.264), 25 fps. Limiter la bande passante à 5000 kbit/s pour la définition standard et à 10 000 kbit/s pour la haute définition. Afin de garantir une bonne qualité des films MP4, il est indispensable de procéder à l'encodage à partir du fichier maître. Haute définition (HD ready) 1280 x 720 px, haute définition (Full HD) 1920 x 1080 px
Audio	MP3, 48 kHz, 16 bit, stéréo (L R), 256 kbit/s. Les podcasts de 2 minutes au maximum font également partie de l'audio.
Images	JPEG (RGB), longueur minimale 2500 pixels, résolution 300 dpi, <i>sans cadre</i>
Captures d'écran	JPEG (RGB), max. 8
Cartons	A coller sur un carton noir, mat, 300 g/m ² . Selon le format 1/1 page sur A3 ou A2, 2/1 page sur A2 ou A1. N'oubliez pas d'y fixer la fiche d'accompagnement correspondante.
Impressions A4	Impression A4 par sujet; ne pas coller sur un carton
Projets bi- ou tridimensionnels	Petits objets tridimensionnels: envoyer l'original. Projets bidimensionnels: à coller sur un carton.
Casefilms	MP4 (H.264), 25 fps. Limiter la bande passante à 5000 kbit/s pour la définition standard et à 10 000 kbit/s pour la haute définition, <i>max. 2 min.</i>
Aperçu Case	Aperçu Case avec les projets à évaluer et max. 400 signes (situation initiale, solution, résultat) en PDF
Synopsis	Max. 400 signes, à saisir directement dans le formulaire en ligne

Pour les annexes physiques, une fiche d'accompagnement sera générée dans le formulaire en ligne. Vous la recevrez par e-mail. Fixez cette fiche à l'objet et faites parvenir le tout à l'ADC.

Les catégories, formats et spécifications techniques

Vous pouvez consulter les archives de l'ADC pour savoir comment soumettre vos travaux: www.adc.ch/fr/archiv

1 Numérique		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
1.1 Sites web	Sites Web, micro-sites, magazines en ligne, service Web, etc.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	– Image(s) (JPEG) ou – Aperçu Case ou – Casefilm (max. 2 minutes) – URL (avec mot de passe si nécessaire) – Synopsis (max. 400 signes, à saisir directement dans le formulaire en ligne)	– Screenshots (max. 8) – Podcasts (max. 2 minutes)
1.2 Campagnes en ligne	Campagnes uniquement conçues pour être diffusées en ligne et qui comportent au moins 3 productions, p. ex. site Web et vidéo en ligne et bannière.			
1.3 Mesure en ligne	par rapport à la sous-catégorie campagne en ligne, il ne s'agit pas d'une campagne en réseau, mais de mesures autonomes telles que des bannières, des annonces dans les médias sociaux, des films interactifs, des podcasts, etc.			
1.4 Mobile	Sites Internet mobiles, applications mobiles, Activation by Location or Proximity, Augmented Mobile Experience, etc.			
1.5 Médias sociaux	Projets uniques qui jouent de façon créative avec les mécanismes des médias sociaux, activations des médias sociaux, mesures d'influence, messages individuels, séries de messages, publicités jouables, etc. – Remarque: Les campagnes médias sociaux sont à soumettre dans la catégorie «15.2 Campagnes, Médias sociaux».			
1.6 Marketing de contenu	Contenu informatif et/ou divertissant pour une entreprise ou un produit qui est diffusé aux consommateurs sur divers canaux numériques – sous forme de podcasts, de chaînes YouTube, de contenu éditorial, de contenu de blog, de flux, etc.			
1.7 Artisanat technologique	Nouveau standard ou Benchmark par rapport à l'interface utilisateur ou l'expérience utilisateur, AR ou VR, innovation en termes de programmation et/ou de mise en œuvre.			
1.8 Données créatives	les évaluations et l'interprétation des données servent de base à une idée/stratégie/campagne dans l'espace numérique. Les mots-clefs sont: mise en récit de données, ciblage piloté par les données, innovation pilotée par les données, datavisualisation, utilisation de données en temps réel, connaissances issues des données sociales, collectes de données, etc.			
1.9 Commerce électronique	Solutions créatives pour la vente numérique dans les boutiques en ligne. Traitement innovant des moyens de paiement, mesures de fidélisation de la clientèle, utilisation intelligente du Customer Journey, acquisition de nouveaux clients, mesures de personnalisation, liens avec le point de vente physique, etc.			
1.10 Promotions interactives	Concours, jeux, etc. mettant l'accent sur l'activation et l'engagement, la créativité concernant le contenu et le mécanisme est primordiale.			

2 Film		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
2.1 TV, cinéma formats courts	d'une durée maximale de 30 secondes chacun (spots uniques et campagnes/séries).	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	Vidéo(s), maximale de 30 secondes	– URL (avec mot de passe si nécessaire) – Screenshots (max. 8)
2.2 TV, cinéma longs formats	d'une durée à partir de 30 secondes chacun (spots uniques et campagnes/séries).		Vidéo(s), à partir de 30 secondes	
2.3 Films en ligne formats courts	Spots uniques, séries de spots uniques d'une durée maximale de 30 secondes chacun.		Vidéo(s), maximale de 30 secondes	
2.4 Films en ligne longs formats	Spots uniques, séries, webisodes d'une durée à partir de 30 secondes chacun.		Vidéo(s), à partir de 30 secondes	
2.5 Trailers TV, station design	Publicité pour une émission ou un programme; annonces et indications; préfilms; début et fin des blocs publicitaires; logos; etc. d'une durée maximale de 60 secondes.		Vidéo(s), maximale 60 secondes	
2.6 Film documentaire	Film qui documente des événements non fictifs.		Vidéo(s), maximale 10 minutes	
2.7 Film pour point de vente	Film spécialement produit pour un point de vente réel (p. ex. magasin, stand).		Vidéo(s), maximale 10 minutes	
2.8 Film pour présentation d'entreprise	Film qui présente une entreprise, son secteur d'activité, ses produits ou ses services dans un objectif de présentation.		Vidéo(s), maximale 10 minutes	
2.9 Pre-roll	Publicités pre-roll produites pour les appareils portables et les médias en ligne.		Vidéo(s), maximale 30 secondes	
2.10 Formats spéciaux	Concepts d'émission, nouvelles utilisations des films, formats spéciaux, etc.		Vidéo(s), maximale 3 minutes	
2.11 Film Craft	Prestation individuelle exceptionnelle d'un projet de film, comme la réalisation, la caméra, le montage, le casting, la post-production/CGI/VFX ou le décors/Production Design.		Vidéo(s), maximale 10 minutes	

3 Annonces		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
3.1 Annonces uniques	Communication marketing qui utilise les médias imprimés. Les projets doivent être présentés dans le format dans lequel ils ont été publiés.	1	– Image(s) (JPEG)	– Aperçu Case
3.2 Campagnes		2 - 12	– Image(s) (JPEG)	– Casefilm (max. 2 minutes)

4 Affiches		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
4.1 Print	Affiches dans leur version imprimée placées dans des espaces publics.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	- Image(s) (JPEG)	- Aperçu Case - Casefilm (max. 2 minutes)
4.2 Numérique	Supports publicitaires numériques avec mouvement image/texte placés dans l'espace public.		- Vidéo	- Aperçu Case - Casefilm (max. 2 minutes) - URL (avec mot de passe si nécessaire)
5 Marketing direct		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
5.1 Marketing direct	<p>Des mesures qui présentent un appel à l'action, qui génèrent une réponse directe, qui renforcent la relation client avec un groupe cible spécifique B2B ou B2C et qui peuvent comptabiliser des résultats clairement démontrés, toujours avec l'intention de générer une réponse ou de déclencher une action spécifique servant la relation client ou commerciale.</p> <p>Il s'agit notamment de mesures telles que les mailings/envois postaux adressés et non adressés, les e-mails, les programmes de dialogue cross-médias, les annonces Dialog Print, les brochures, les dossiers de vente, les dépliants, les mesures d'acquisition, l'approche via des plateformes numériques, Ambient OOH, la diffusion, les médias sociaux, etc.</p> <p>Remarque: Il est conseillé de ne pas soumettre le même Casefilm que dans la catégorie Promotions et événements.</p>	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	<p>- Image(s) (JPEG) ou - Casefilm (max. 2 minutes)</p> <p>- Petits objets tridimensionnels: envoyer l'original. Projets bidimensionnels: à coller sur un carton.</p> <p>- Aperçu Case: tous les projets soumis doivent en plus être présentés sur un carton (A2)</p>	<p>- Image(s) (JPEG)</p> <p>- Casefilm (max. 2 minutes)</p>
6 Promotions et événements		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
6.1 Promotions	<p>Promotions des ventes temporaires B2B ou B2C, qui déclenchent l'activation immédiate d'un produit ou d'un service. Il est conseillé de ne pas soumettre le même Casefilm que dans la catégorie Marketing direct.</p> <p>Une promotion peut être récompensée également dans la catégorie Campagnes uniquement si elle a été soumise en tant que campagne indépendante. Si la soumission est identique dans la catégorie Promotions et événements et dans la catégorie Campagnes, une double distinction n'est pas possible. Le Jury Or décidera alors dans quelle catégorie le prix sera attribué.</p>	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	<p>- Image(s) (JPEG) ou - Casefilm (max. 2 minutes)</p> <p>- Petits objets tridimensionnels: envoyer l'original. Projets bidimensionnels: à coller sur un carton.</p>	<p>- Image(s) (JPEG)</p> <p>- Casefilm (max. 2 minutes)</p>
6.2 Événements	<p>événements B2B ou B2C de tout type qui, à l'aide de mises en scène tridimensionnelles ainsi que d'une approche multisensorielle, deviennent des expériences particulières, comme des activités sur des salons, des roadshows, des installations, des expositions, des Life Experience, des interventions dans l'espace (expérience au seuil de l'art), des bornes interactives.</p> <p>Il est conseillé de ne pas soumettre le même Casefilm que dans la catégorie Marketing direct.</p>		<p>- Aperçu Case: tous les projets soumis doivent en plus être présentés sur un carton (A2)</p> <p>- Les projets de très grande taille doivent être téléchargés (voir «Affiches» pour les spécifications)</p>	
7 RP		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
7.1 Projets uniques	Projets créatifs uniques RP et campagnes RP – conçus et réalisés dans le but d'amener un écho positif dans les médias et/ou dans les médias sociaux (médias sensibilisés), p. ex. marketing d'influence, communication de crise, partenariat de marque/sponsoring, Employer Branding, Cause-related Marketing, Agenda Surfing, Public Affairs.	1	- Les projets doivent être envoyés comme indiqué dans les diverses catégories.	
7.2 Campagnes	Les travaux apportent la preuve d'une multiplication par les médias (earned) et/ou les médias sociaux (shared). Comme base d'évaluation, des clippings ou des monitorings doivent en outre être téléchargés en format PDF sous "Annexes".	2 - 12	- clippings ou monitorings en PDF (à télécharger dans «Annexes»)	
8 Audio		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
8.1 Radio	Spots individuels et campagnes.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	- Audio	- URL (mit Passwort, falls erforderlich)
8.2 Audio Publishing	Spots individuels, campagnes, podcasts/webcasts, pièces radiophoniques/livres audio, etc. pour les médias en ligne et les services de streaming.		- Audio	
8.3 Audio Design	Composition, adaptation, pick (utilisation de la musique existante) de musique ou de son dans des applications les plus diverses, comme des spots publicitaires, de la musique de film, des bannières, des jingles, des spots radio et audio publishing, en plus de la réalisation et du casting.		- Audio	

9 Good		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
9.1 Projets uniques	La catégorie «Good» a été conçue pour regrouper en une catégorie les communications créatives allant au-delà de l'objectif d'une marque (p. ex. pour faire évoluer la culture, provoquer un changement et influencer positivement le monde). Les principaux thèmes peuvent être: la pauvreté, la faim, la santé, l'éducation, les droits de l'Homme, le pouvoir, l'égalité des genres, la protection des animaux, la protection de l'environnement, le changement climatique, la durabilité, etc. Les travaux présentés ici peuvent également toujours être présentés dans d'autres catégories, mais ils doivent alors pouvoir être comparés à des travaux purement commerciaux.	1	<ul style="list-style-type: none"> - Image(s) (JPEG) ou - Aperçu Case ou - Casefilm (max. 2 minutes) 	<ul style="list-style-type: none"> - Image(s) (JPEG) - Aperçu Case - Casefilm (max. 2 minutes)
9.2 Campagnes	Les travaux présentés ici peuvent également toujours être présentés dans d'autres catégories, mais ils doivent alors pouvoir être comparés à des travaux purement commerciaux. Exception: Les travaux soumis dans cette catégorie sont exclus de la catégorie "Campagnes".	2 - 12		

10 Creative Media		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
10.1 Creative Media	Projets innovants possédant des qualités créatives et techniques et redéfinissant l'interface entre l'humain et le média; à côté des médias classiques, cette catégorie inclut en particulier les médias actuels comme internet, les médias mobiles et les médias sociaux; l'évaluation se fait en fonction de la force innovante de l'idée média et de la qualité de la réalisation.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	<ul style="list-style-type: none"> - Image(s) (JPEG) ou - Aperçu Case ou - Case film (max. 2 minutes) ou - pour les e-boards: vidéo ou audio - Pour les projets multimédia, respecter les mêmes consignes que pour la catégorie «Campagnes» - Petits objets tridimensionnels: envoyer l'original - Projets bidimensionnels: à coller sur un carton (voir «Affiches» pour les spécifications techniques) 	<ul style="list-style-type: none"> - Image(s) (JPEG) - Caseübersicht - Case film (max. 2 minutes)
10.2 Ambient	Publicité extérieure présente dans l'environnement direct du groupe cible. Les détournements (affiche qui rit; affiche dont des éléments dépassent le cadre; affiche placée à un endroit inhabituel) qui utilisent le format classique de l'affiche doivent être envoyées dans la catégorie «Affiches». Les projets remis dans la catégorie «Ambient» sont exclus de la participation à la catégorie «Affiches».			

11 Design		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
11.1 Graphic Design	Supports publicitaires imprimés, affiches culturelles où le graphisme est l'élément essentiel.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	<ul style="list-style-type: none"> - Bild(er) - Original ou sur carton - Objets tridimensionnels: envoyer l'original - Les projets de très grande taille sont à télécharger (voir «Affiches» pour les spécifications techniques) 	
11.2 Corporate Design	Chartes visuelles d'entreprises, programmes conceptuels.			
11.3 Design de produits et d'emballages	Emballages, accessoires, design pour lesquels la forme, la matière et le graphisme caractérisent l'objet.			
11.4 Edition	Créations uniques ou œuvres complètes dans le domaine de la rédaction ou de l'édition; journaux, revues, ajouts à des journaux ou livres entiers; magazines, articles ou séries d'articles.			
11.5 Commandes commerciales	Magazines clientèle, plaquettes d'entreprise, rapports annuels, catalogues.			

12 Photographie et Illustration		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
12.1 Photographie Architecture, Architecture d'intérieur	Les projets de toutes sortes effectués sur commande produits pour les sous-catégories «Architecture, Architecture d'intérieur», «Paysage», «Mode, Beauté, People, Portrait», «Reportage», «Photographie documentaire (actualités, sport, etc.)», «Still Life ou Food» ou les «illustrations avec photo, traitement de l'image, compositing» et les «illustrations».	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	<ul style="list-style-type: none"> - Image(s) - Carton avec justificatif original 	
12.2 Photographie Paysage				
12.3 Photographie Mode, Beauté, People, Portrait	Seront évalués exclusivement les projets effectués sur commande, peu importe le contexte dans lequel ils ont été créés. Dans la catégorie Photographie, l'ADC récompense les projets que le photographe a conçus et marqués de manière significative. Aucune photographie illustrant uniquement une idée ne sera récompensée.			
12.4 Photographie Reportage, Photographie documentaire (actualités, sport, etc.)				
12.5 Photographie Still Life, Food	Dans la catégorie Illustration seront également évalués les projets basés sur des modèles photographiques dont le contenu iconographique a été créé par traitement numérique de l'image. Que sont les illustrations basées sur des modèles photographiques? Ce sont des images qu'a priori la photographie ne peut pas générer, des images dont le message global peut uniquement être créé grâce au traitement numérique, appelé compositing.			
12.6 Illustration avec photo, Traitement de l'image, Compositing				
12.7 Illustration	Important: Veuillez soumettre les images seules, sans tout ce qui les entoure. Soumettez seulement la photo, pas toute l'annonce.			

13 Direction artistique		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
13.1 Numérique	Direction artistique (Annonces, Affiches, Marketing direct, Portails, Blogs, Newsletters, Interface Design) dans les supports publicitaires imprimés et numériques.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	- Image(s) (JPEG) ou - Aperçu Case ou - Casefilm (max. 2 minutes)	- Numérique
13.2 Film			- URL (avec mot de passe si nécessaire)	- Images
13.3 Annonces/Affiches/Marketing direct/Design			- Vidéo	- Captures d'écran, max. 8
			- Image(s) (JPEG)	- Vidéo
			- Annexes physiques: voir spécifications sous «Marketing direct/Design»	- Casefilm, max. 2 minutes

14 Text		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
14.1 Numérique	Textes de tout genre: copy, headlines, claims, monologues, dialogues, packaging, interviews, reportages, essais, chroniques, portraits, rapports, livres ou contributions rédactionnelles (marketing de contenu).	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	- Image(s)	- Vidéo - Audio - Captures d'écran, max. 8 - Casefilm, max. 2 minutes
14.2 Film			- URL (avec mot de passe si nécessaire) ou fichier - manuscrit en PDF (à télécharger dans «Annexes»)	
14.3 Annonces/Affiches/Marketing direct/Design			- Vidéo	
14.4 Audio			- Manuscrit en PDF (à télécharger dans «Annexes»)	
			- Image(s)	
			- Manuscrit en PDF (à télécharger dans «Annexes»)	
			- Image(s)	
			- Annexes physiques: voir spécifications sous «Marketing direct/Design»	
			- Audio	
			-Manuscrit en PDF (à télécharger dans «Annexes»)	

15 Campagnes		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
15.1 Intégrées	Des campagnes multimédias complexes qui se basent sur une idée neutre du point de vue des médias et qui créent une apparence globale grâce à l'imbrication intelligente des canaux, des disciplines et des médias. Les différents moyens de communication doivent se compléter, s'enrichir, se succéder temporellement – ils doivent être visiblement liés les uns aux autres, par exemple par le design, le texte, la tonalité ou le visuel clé. Bien entendu, des parties individuelles de la campagne peuvent également être soumises dans d'autres catégories. Par conséquent, les parties individuelles (telles qu'une promotion) ne peuvent recevoir une récompense dans la catégorie Campagnes que s'ils font partie d'une campagne plus complète.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	- Image(s) et une présentation PowerPoint par campagne, en PDF (à télécharger dans «Annexes») ou	- Image(s)
15.2 Médias sociaux	Campagnes diffusées exclusivement sur les canaux numériques. Elles doivent comporter les caractéristiques typiques d'une campagne et être facilement identifiables comme telles. Des éléments individuels de la campagne peuvent bien entendu être soumis dans la catégorie "1.5 Digital, Social Media".		- Aperçu Case ou - Casefilm (max. 10 minutes)	- Vidéo (max. 10 minutes) - Audio (max. 10 minutes)

16 Evergreen		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
16.1 Evergreen	Des campagnes basées sur le même principe directeur depuis au moins trois ans, de sorte que la continuité et la cohérence stratégiques et conceptuelles sont au plus haut niveau et ont déjà reçu de nombreux prix depuis plusieurs années. Dans cette catégorie, au maximum trois projets remis peuvent recevoir un prix spécial. Une fois qu'une campagne a reçu un Evergreen, elle ne peut être soumise à nouveau que trois ans après avoir reçu le prix. Les parties actuelles de la campagne peuvent bien sûr être soumises et récompensées dans toutes les autres catégories, indépendamment de la participation au jury Evergreen.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	- Image(s) et une présentation PowerPoint par campagne, en PDF (à télécharger dans «Annexes») ou - Aperçu Case ou - Casefilm (max. 10 minutes)	- Image(s) - Vidéo (max. 10 minutes) - Audio (max. 10 minutes)

17 Covid-19		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
17.1 Créativité et Covid-19	Le coronavirus pose d'immenses défis pour le monde entier, notamment pour le monde de la publicité et de la communication. Par exemple, lorsque des campagnes spéciales sont réalisées du jour au lendemain, dans des situations plus ou moins difficiles. Avec la sous-catégorie «Créativité et Covid-19», l'ADC Switzerland tient à saluer ces réalisations exceptionnelles: Des travaux provenant de toutes les catégories liées au Covid-19 (remerciements aux employés, campagne d'encouragement, prévention, etc.) peuvent être soumis. La stratégie et l'idée sont au premier plan, sachant que la qualité de l'exécution est souvent subordonnée à l'urgence et aux conditions de production. Les travaux soumis dans la sous-catégorie «Créativité et Covid-19» sont également admissibles dans les catégories «Médias» ou «Artisanat» et doivent remplir les conditions respectives et avoir été publiés. Ils peuvent faire l'objet de doubles distinctions avec toutes les autres catégories.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	<ul style="list-style-type: none"> - Les projets doivent être envoyés comme cela est indiqué pour les différentes catégories 	
17.2 Annulé en raison du Covid-19	De nombreuses campagnes déjà réalisées n'ont malheureusement jamais vu le jour à cause du coronavirus. Parmi elles, figurent certainement des travaux qui ne méritaient pas de tomber dans l'oubli. L'ADC souhaite leur donner la chance d'être appréciés. Les travaux de toutes les catégories qui ont été achevés mais qui n'ont pas pu être publiés à cause du Covid-19 peuvent être soumis. Attention: Les créations non réalisées, les contrefaçons, etc., ne sont pas acceptées. Seules les créations terminées qui ont dû être suspendues par le client à la dernière minute et à cause du Covid-19 sont explicitement autorisées. La soumission n'est autorisée que dans cette sous-catégorie et un consentement écrit du client doit être fourni dans tous les cas.		<ul style="list-style-type: none"> - Les projets doivent être envoyés comme cela est indiqué pour les différentes catégories - un consentement écrit du client 	

18 Deuxième chance		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
18.1 Projets uniques	Chaque année, quelques travaux manquent de peu la shortlist. C'est certes à juste titre, selon les règles du jury ADC, mais cela tient parfois à de petits détails, comme un slogan de campagne trop compliqué, un montage trop long ou un film case incompréhensible. Ces travaux, qu'il est relativement facile d'améliorer, peuvent être présentés une nouvelle fois cette année dans la catégorie «Deuxième chance».	1	<ul style="list-style-type: none"> - Image(s) (JPEG) ou - Aperçu Case ou - Caséfilm (max. 2 minutes) 	
18.2 Campagnes	Unique condition: le travail doit avoir été publié une nouvelle fois dans sa version améliorée entre le 1.1.2021 et le 28.2.2022.	2 - 12	<ul style="list-style-type: none"> - Synopsis (max. 400 signes, à saisir directement dans le formulaire en ligne): Comment le travail a été amélioré? - confirmation de publication entre le 1.1.2021 et le 28.2.2022 	

19 Students		Éléments	Obligatoire: Création principale	En plus: Annexes
19.1 Numérique	Site Web, Micro-site, Application, Mobile, Médias sociaux, Interface Design, Game Design.		<ul style="list-style-type: none"> - Image(s) ou - Vidéo (max. 3 minutes) - URL (avec mot de passe si nécessaire) - Synopsis - attestation haute école (à télécharger dans «Annexes») 	
19.2 Cast/médias audiovisuels	Film, audio.		<ul style="list-style-type: none"> - pour Film: Vidéo (max. 3 minutes) - pour Audio: audio et manuscrit en PDF (à télécharger dans «Annexes») - attestation haute école (à télécharger dans «Annexes») 	
19.3 Communication visuelle et Design	Corporate Design et Identity, Annonces et Affiches, Marketing direct, Promotions et Evénements, Editorial, Campagnes intégrées.	Téléchargement de un à douze éléments. (Projet unique ou campagne/projet en plusieurs parties)	<ul style="list-style-type: none"> - pour CD/CI, Annonces, Affiches: images - pour Marketing direct: image(s) et aperçu du projet - pour Promotions, événements: image(s) et aperçu du projet - pour Editorial: image(s), original ou papier, tridimensionnel sous forme papier - pour Campagnes int.: image(s) ou case film et une présentation PowerPoint en PDF pour chaque campagne (à télécharger sous «Annexes») - attestation haute école (à télécharger dans «Annexes») 	

19.4 Artisanat

Photo, Illustrations, Texte, Animation.

- pour Photo, illustration: image(s), carton avec justificatif original
- pour Texte: image(s), URL (avec mot de passe si nécessaire) ou fichier et manuscrit en PDF (à télécharger dans «Annexes»)
- pour Animation: image(s), URL (avec mot de passe si nécessaire) ou vidéo, max. 3 Min.
- attestation haute école (à télécharger dans «Annexes»)