



D&AD Awards 2021

Guide sur les candidatures

Contenu

- 01 Pourquoi vous inscrire?
 - 03 D&AD Récompenses
 - 05 Critères d'évaluation
 - 06 Quelles sont les nouveautés?
 - 07 Avant de vous inscrire
 - 08 Règlement et éligibilité
 - 11 Index des catégories
 - 76 Next
 - 78 Side Hustle
 - 80 Formats de présentation
 - 84 Informations complémentaires
 - 87 Nous contacter
-

Dates clés

Lancement du site d'inscription: 18/11/2020

Date limite d'inscription super anticipée: 13/01/2021

Date limite d'inscription anticipée: 17/02/2021

Date limite: 17/03/2021

Annonce de la Shortlist D&AD:

Craft, Side Hustle - 11/05/2021

Publicité, Culture, Design, Impact, Next - 18/05/2021

* Writing for Design sera annoncé avec les catégories Design

Cérémonie des D&AD Awards: 26-27/05/2021

Pourquoi vous inscrire?

Pourquoi les Awards sont-ils importants?

- > Les Awards motivent et stimulent votre talent
- > Les Awards stimulent votre activité
- > Les Awards récompensent la discipline
- > Les Awards attirent les nouveaux talents et les nouvelles entreprises

Ce que les anciens vainqueurs disent sur leur Pencil...

98%

« Ça a été bénéfique pour ma carrière. »

72%

« Cela m'a permis d'obtenir une promotion. »

71%

« Cela nous a directement permis d'obtenir de nouveaux contrats. »

87%

« Cela nous a aidés à attirer de nouveaux talents. »

85%

« Nous avons eu des opportunités que nous n'aurions peut-être pas eues. »

Ce qu'il se passe lorsque votre œuvre remporte un Pencil...

- > Elle entre dans l'annuaire de D&AD réunissant les meilleures œuvres du monde, publié en ligne et touchant un public mondial.
- > Elle est mise à l'honneur lors de la cérémonie de remise des prix D&AD, vue par 5000 des plus grands acteurs de l'industrie en 2020.
- > Elle pourra apparaître dans la série des contenus créatifs d'excellence de D&AD avec des commentaires de nos juges.
- > Elle vous offre à vous et à votre entreprise une couverture médiatique mondiale.
- > Elle est exposée aux yeux du monde entier lors de l'une des expositions internationales D&AD. Parmi les lieux ayant accueilli ces expositions, nous pouvons citer le Musée de la Publicité de Tokyo, le Louvre de Paris, l'Institut d'Arts visuels de Shanghai, l'Institut de Design de Hong Kong ou encore au Centre des Arts de Melbourne.
- > Elle vous permet de gagner en prestige auprès de vos pairs.
- > Elle permet à votre entreprise de remporter des points aux classements D&AD. Ces points permettent de désigner l'Agence design de l'année, l'Agence de publicité de l'année, la Société de production de l'année, le Client de l'année et d'établir les Classements réseau

Mais plus important encore...D&AD est une organisation à but non lucratif.

Nous investissons tous nos excédents dans le secteur que nous servons, principalement grâce au programme D&AD New Blood, en aidant les nouveaux talents à prospérer, en promouvant la diversité et en faisant campagne pour une industrie plus équitable et plus durable. En 2020, nous avons fourni 174 147 opportunités d'apprentissage professionnel à des talents créatifs émergents. Alors n'attendez plus pour vous inscrire et peut-être connaître la gloire, mais également nous aider rendre l'industrie de la création plus forte, plus équitable et plus ouverte à tous.

Pourquoi vous inscrire?

“ D&AD est la crème de la crème. C’est l’organisation la plus prestigieuse.”

Ronald Ng

Global Chief Creative Officer, Isobar

“ Remporter un Pencil D&AD est quelque chose qui change la vie.”

Becky McOwen-Banks

Executive Creative Director, VaynerMedia London

D&AD

Récompenses

Shortlist (Liste des nominés)

Œuvres méritantes qu'il convient de saluer, et de nommer dans l'Annuaire de D&AD.



SHORTLIST

Wood

La meilleure œuvre dans les secteurs de la publicité et du design de l'année.

Graphite

Œuvres au-dessus des autres, pouvant être récompensées d'un Yellow Pencil.

Yellow

L'emblématique D&AD Yellow Pencil est décerné à l'œuvre la plus exceptionnelle démontrant une véritable excellence créative.

Black

La récompense ultime en matière de création, réservée aux œuvres révolutionnaires. Très peu de Black Pencils sont décernés chaque année, voire aucun.





Récompenses spécifiques par catégorie



Pencil Side Hustle

Décerné aux projets inspirants et évolutifs démontrant créativité et innovation. Décerné aux œuvres dans la catégorie Side Hustle.



Pencil Future Impact

Projets de stade précoce démontrant un potentiel à entraîner un changement de politique, sociétal, environnemental ou comportemental. Décerné aux œuvres dans la catégorie Future Impact.



Pencil Next

Décerné aux talents émergents au flair exceptionnel en termes de création modelant le futur de la créativité et design de la technique (Craft). Décerné aux œuvres dans la catégorie Next.



White Pencil

Projets exceptionnels utilisant le pouvoir de la créativité pour entraîner un changement comportemental, environnemental, sociétal ou de politique. Remplace le Pencil Yellow dans la catégorie Impact.

Récompenses spéciales



Collaborative Award

Le Collaborative Award distingue les relations de longue durée entre les clients et leurs sociétés de design, de publicité ou de production débouchant sur la création d'œuvres exceptionnelles.



Companies of the Year

Les vainqueurs de Pencils et apparaissant sur les listes de nominés reçoivent des points pour chaque récompense. Les points sont ensuite cumulés afin de déterminer le vainqueur, le second et le troisième dans les catégories suivantes :

- > Agence de publicité de l'année
- > Agence de design de l'année
- > Société de production de l'année
- > Client de l'année



President's Award

Chaque année, D&AD distingue un héros de l'industrie, une légende dont la contribution à l'industrie n'a été que source d'inspiration. Le gagnant est choisi par le président de D&AD et sera annoncé lors de la Cérémonie D&AD.

Classements D&AD

Les classements D&AD seront publiés en ligne après la Cérémonie de remise des prix D&AD Awards. Les classements seront établis sur la base des points alloués à tous les vainqueurs de Pencils et Shortlists (hors catégories Next et Side Hustle).

Les classements comprennent les éléments suivants :

- > Pays
- > Réseau de l'agence

Critères d'évaluation

Au moment d'évaluer les différents travaux, les juges se poseront les questions suivantes par ordre d'importance :

Advertising, Design & Culture

- > L'idée est-elle inspirante?
- > Est-elle brillamment réalisée?
Pour les catégories Digital Design et art dans Clips musicaux, l'œuvre sera jugée en priorité sur sa réalisation, puis sur l'idée.
- > Est-elle conforme à son but?
Pour Média et RP, cela signifie que l'œuvre a atteint son but.

Craft

- > Est-ce brillamment réalisé?
- > L'utilisation de l'art rehausse-t-elle l'idée?
- > L'idée est-elle inspirante?
- > Est-elle conforme à son but?

Impact

- > L'idée bénéficie-t-elle à la société?
Pour bénéficier à la société, l'œuvre doit répondre à l'un des 17 objectifs de développement durable des Nations Unies.
- > Est-ce une solution durable?
C'est-à-dire qu'elle entraîne un changement comportemental, environnemental, sociétal ou de politique.
- > Est-elle novatrice et inspirante?
Pour être novatrice, l'œuvre doit constituer une nouvelle idée ou méthode, ou l'utilisation d'une idée ou méthode existante d'une nouvelle façon.
- > Est-elle conforme à son but?
Pour être conforme à son but, l'œuvre doit atteindre le but pour lequel elle a été créée. Une campagne doit par exemple faire connaître la marque. Un produit doit être fonctionnel.

Future Impact

- > L'idée peut-elle potentiellement bénéficier à la société?
Pour bénéficier à la société, l'œuvre doit répondre à l'un des 17 objectifs de développement durable des Nations Unies.
- > Présente-t-elle le potentiel de constituer une solution durable?
C'est-à-dire d'entraîner un changement comportemental, environnemental, sociétal ou de politique.
- > Est-il suffisamment démontré que l'idée est adaptée pour l'échelle prévue?
Cela peut aller d'une solution locale à une initiative mondiale.
- > Est-elle novatrice et inspirante?
Pour être novatrice, l'œuvre doit constituer une nouvelle idée ou méthode, ou l'utilisation d'une idée ou méthode existante d'une nouvelle façon.

Next

- > Démontre-t-elle un flair exceptionnel en matière de création?
- > Démontre-t-elle un potentiel exceptionnel ?
- > Le cas échéant, démontre-t-elle une utilisation exceptionnelle d'un art et d'une technique ?

Side Hustle

Start-Up

- > Est-elle novatrice et inspirante ?
- > Est-ce supporté par des recherches et tests suffisants ?
- > Démontre-t-elle un potentiel de développement ?

Scale-Up

- > Est-elle novatrice et inspirante ?
- > Est-ce entièrement fonctionnel et éprouvé ?
- > Est-ce en passe d'être déployé à l'échelle souhaitée ?

Quelles sont les nouveautés?

Prix

Nous avons fait passer notre réduction pour les inscriptions super anticipées de 30 % à 40 % pour toutes les œuvres. Pour en profiter, déposez vos candidatures avant le 20 janvier minuit.

Les travailleurs indépendants et entreprises de moins de 10 employés bénéficient de 25 % de réduction sur leur inscription. Pour bénéficier de la réduction, contactez notre équipe à l'adress awards@dandad.org.

Catégories

D&AD reçoit chaque année de nombreux retours provenant de juges et de différents acteurs de l'industrie. Les évolutions dans l'industrie de la création commerciale se traduisent alors par des modifications des catégories des Awards. Cela comprend des révisions et l'ajout de nouvelles sous-catégories et catégories, qui sont indiquées par « nouveau ». Voici les principaux changements pour l'année 2021 :

E-Commerce **NEW**

Tendances actuelles relatives au e-commerce avec un accent mis sur le parcours client, de la découverte de la marque à la livraison. L'une des nouvelles catégories de 2021es plus excitantes. Douze sous-catégories, de Purchase Experience à Brand Partnership, visant à récompenser les expériences les plus créatives en matière d'e-commerce.

Type Design **NEW**

En raison de l'augmentation du nombre de candidatures dans la sous-catégorie Type Design, nous l'avons sorti de la catégorie Typography afin de créer une catégorie à part entière. Le jury récompensera le design de styles de polices uniques et de familles de polices, des styles traditionnels (styles latins, arabes) aux scripts.

Gaming **NEW**

2020 a vu apparaître le premier brief de Gaming dans D&AD New Blood, et maintenant une catégorie Gaming dans les D&AD Awards. Cette catégorie vise à récompenser l'excellence créative dans les expériences et messages de marques gamifiés dans l'e-sport et les jeux mobiles et en ligne.

Writing

Après consultation des acteurs de l'industrie, Writing for Design et Writing for Advertising redeviennent deux catégories distinctes. Les travaux rédigés doivent être présentés ici et seront jugés par des jurys composés de rédacteurs et de professionnels de la création/designers senior spécialisés dans cet exercice.

Next Photographer **NEW**

Next Photographer a une longue histoire avec D&AD, et nous sommes ravis d'annoncer que cette récompense est de retour. Ouverte aux talents émergents ayant moins de 3 ans d'expérience commerciale en photographie, la participation dans cette catégorie coûte seulement 50 GBP pour avoir la chance de remporter un mentorat, une formation et un Pencil Next D&AD.

Low Budget

Nous ne comptons plus les fois où nous constatons qu'un manque d'argent ne nuit pas à la créativité, bien au contraire. Pour aller dans ce sens, nous avons ajouté des sous-catégories Low Budget supplémentaires dans chacune de nos disciplines. La sous-catégorie Low Budget existe maintenant dans les catégories Film, Branding, Direction, Visual Effects, Animation, Photography et Entertainment ainsi que PR, Spatial Design et Music Videos.

New Realities & Emerging Media **NEW**

Notre sous-catégorie Nouvelles réalités et médias émergents est pour les travaux à la pointe qui changent la façon dont les marques interagissent avec les clients, des communications utilisant des expériences audio en RA aux technologies permettant de donner des retours de façon haptique. Les œuvres peuvent être présentées dans les sous-catégories E-Commerce, Experiential, Animation, Visual Effects, Typography et Gaming.

Digital Design

À la suite de la restructuration de la sous-catégorie Digital Design et des retours de nos jurys, les juges donneront maintenant la priorité à la réalisation, et non à l'idée, dans cette catégorie.

Avant de vous inscrire

***** Cette partie est importante *****

1. Vérifiez que votre œuvre est éligible

Pour connaître les règles d'éligibilité, rendez-vous [page 08](#).

2. Demandez au client l'autorisation de présenter l'œuvre

3. Sélectionnez vos catégories

Les symboles **S** et **M** à côté de chaque nom de catégorie indiquent si les œuvres peuvent être présentées seules ou en groupe (par exemple pour les campagnes ou séries). Vous trouverez les prix pour chaque symbole dans le coin supérieur droit.

4. Préparez votre candidature

Formats de présentation

Les pages sur les catégories indiquent sous quel format vous devez présenter votre œuvre. Vous trouverez plus d'informations et les spécifications pour chaque format de fichier à la [page 80](#).

Informations complémentaires

Au bas de chaque page sur les différentes catégories, vous trouverez une liste d'informations que vous devrez saisir en ligne. N'ignorez pas cette étape car elle vous permet de donner aux juges les informations sur votre œuvre que vous estimez importantes, mais soyez concis et factuel. Pour en savoir plus sur les exigences et limites de caractères, rendez-vous [page 84](#).

Traductions

Si votre œuvre a été publiée dans une autre langue que l'anglais, présentez-la dans sa langue originale avec la traduction. Pour les films, cela signifie des sous-titres. Pour les autres types d'œuvres, saisissez simplement la traduction en ligne.

5. Créez et déposez votre candidature

Rendez-vous sur votre compte en ligne sur [dandad.org](#) puis cliquez sur « M'inscrire maintenant » pour démarrer. Vous pouvez alors créer votre candidature et régler la somme correspondante.

Avant de déposer votre candidature, vérifiez attentivement toutes les informations saisies et les fichiers téléchargés.

Vous pouvez régler par carte ou virement bancaire.

Les transactions par carte bancaire effectuées hors Royaume-Uni seront soumises à des frais de traitement de 3,5 %.

6. Envoyez votre support physique

Si vous envoyez des éléments par la poste, vous devrez télécharger et imprimer des étiquettes afin de les apposer sur votre œuvre et colis. Ces étiquettes seront disponibles en ligne une fois le paiement effectué.

Remarque sur les douanes : il est indispensable que vous suiviez votre colis au moment de son passage en douane et que vous payiez les frais douaniers nécessaires pour minimiser le risque de rétention de votre œuvre par les douanes britanniques.

Si vous ne savez pas où présenter votre œuvre ou si vous avez des questions à ce sujet, [contactez-nous](#).

Règlement et éligibilité

***** Cette partie est importante *****

Œuvres éligibles

Pour être éligible, votre œuvre doit avoir été:

- > Diffusée commercialement entre le 1er janvier 2020 et le 14 avril 2021*
- > Produite à la suite d'une commande réelle d'un client ou approuvée par un client
- > Diffusée par des moyens légaux
- > Approuvée et rémunérée par un client

* Fenêtre d'éligibilité alternative pour les sous-catégories suivantes : Digital Design/Incremental Design, Digital Design/Beta, Product Design/Prototypes, Integrated/Established Campaigns, PR/Established Campaigns, Impact et Future Impact. Pour plus d'informations, veuillez consulter les description des sous-catégories.

Œuvres inéligibles

Nous n'acceptons pas:

- > Les concepts ou les œuvres créé(e)s dans la seule intention de participer à des prix/concours
- > Les œuvres présentées par une tierce partie dans la même catégorie
- > Les œuvres présentées aux Prix D&AD les années précédentes
- > Les prototypes qui n'ont pas été diffusés durant la période d'éligibilité*

* Les prototypes sont acceptés dans les sous-catégories suivantes : Product Design/Prototypes, Digital Design/Beta et Future Impact. Pour plus d'informations, consultez nos Conditions générales.

Autres cas éligibles

Votre œuvre est également éligible dans les cas ci-dessous et uniquement si les conditions suivantes sont respectées:

Si l'œuvre a été exécutée à titre gratuit pour une œuvre de charité:

- > L'œuvre de charité doit avoir une relation contractuelle avec l'agence qui présente son œuvre
- > L'œuvre de charité doit avoir approuvé la réalisation de l'œuvre
- > Il est possible que nous demandions au propriétaire de l'œuvre de préciser si le temps d'espace publicitaire était à titre gratuit

Si l'agence présentant l'œuvre est également le client, il existe deux catégories:

- > Autopromotion – les œuvres d'autopromotion sont éligibles uniquement si elles ont été diffusées et rendues accessibles aux clients potentiels
- > Concepts et productions internes – les chefs d'entreprise peuvent présenter les œuvres qui ont été produites en interne et diffusées

Si l'œuvre a été diffusée pour la première fois avant le 1er janvier 2020, elle est éligible si elle respecte l'une des deux conditions suivantes:

- > La majeure partie de l'œuvre a été lancée entre le 1er janvier 2020 et le mercredi 14 avril 2021 (s'applique uniquement aux campagnes)
- > L'œuvre a été modifiée, actualisée puis lancée à nouveau entre le 1er janvier 2020 et le mercredi 14 avril 2021, représentant ainsi une part de développement créatif importante

Règlement et éligibilité

***** Cette partie est importante *****

Dépôt des candidatures

Les œuvres doivent être:

- > Présentées telles qu'elles ont été diffusées – ne faites d'altérations que s'il s'agit de respecter les formats de livraison détaillés dans ce guide.
- > Soumises dans leur langue d'origine - pour les œuvres non-anglophones, merci de fournir une traduction, comme requis dans ce guide.

Infraction au règlement d'inscription

Si un jury questionne l'éligibilité d'une candidature, nous vous demanderons de fournir de plus amples informations démontrant l'éligibilité de votre œuvre. Si D&AD établit que l'un des candidats n'a pas respecté le règlement du Prix D&AD, l'œuvre concernée sera immédiatement retirée du concours et renvoyée devant le Comité Exécutif de D&AD.

Le Comité Exécutif de D&AD a le droit de:

- > Disqualifier un candidat
- > Interdire à un candidat de se représenter à d'autres Prix D&AD
- > Révoquer ou suspendre l'affiliation d'un candidat à D&AD

Pour plus d'informations sur les politiques de D&AD, merci de vous référer à nos Conditions générales.

Critères de candidature pour le Prix Collaboratif

Le Prix Collaboratif récompense les agences et studios de design, de publicité et de production pour leurs relations de longue durée avec leurs clients.

Les œuvres présentées doivent respecter les règles énoncées ci-dessus. De plus, les participants doivent :

- > Être une agence ou un studio de design, de publicité, de création et/ou de production.
- > Être dans une relation commerciale ininterrompue avec un client depuis au moins trois ans avant la date limite d'inscription fixée au mercredi 14 avril 2021.
- > Avoir produit au minimum deux campagnes ou projets pour le client par an, avec au moins deux de ces campagnes/projets présentés dans le cadre de la candidature
- > Avoir le consentement écrit du client à ce que l'œuvre soit présentée et que le nom du client soit cité dans la candidature. D&AD se réserve le droit de demander une copie écrite de ce consentement

Règlement et éligibilité

***** Cette partie est importante *****

Critères de candidature pour la catégorie Impact

Les catégories Impact sont pour tous ceux qui utilisent la pensée créative pour générer un changement positif, que vous soyez une agence, une marque, une organisation à but non lucratif, une ONG, un inventeur, une start-up, un entrepreneur, un collectif ou une entreprise sociale. Vous ne pouvez participer qu'à une seule catégorie dans cette section, donc assurez-vous de choisir la bonne.

Impact

Pour les campagnes, les designs et les initiatives. L'œuvre doit avoir généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société. L'œuvre est éligible dans toutes les catégories des D&AD Awards (hors Future Impact). Il est autorisé de présenter la même candidature d'une année à l'autre dans cette catégorie, dès lors que vous pouvez montrer qu'un impact supplémentaire a été obtenu et présentez l'œuvre dans la sous-catégorie Sustained Solution.

Récompenses: *Shortlist, Wood, Graphite, White, Black Pencil*

Fenêtre d'éligibilité: *L'œuvre doit avoir été diffusée, significativement modifiée ou mise à jour entre le 1er janvier 2019 et le 14 avril 2021*

Future Impact

Pour les designs, les initiatives et les candidatures d'étudiants. Dans cette catégorie, les œuvres doivent être en cours de développement et ne pas encore avoir été diffusées (prototypes, produit minimum viable). Des exceptions seront faites pour les œuvres diffusées mais n'ayant encore eu aucun impact. Les nouvelles gammes de produits/services sont également éligibles selon les mêmes conditions. Les candidatures sont récompensées en fonction de leur bénéfice potentiel pour la société. Les vainqueurs devront participer au D&AD Impact Programme, un programme de 12 mois composé de mentorat, de formation, d'aide à la visibilité et de soutien conçu pour aider les détenteurs de projets à réaliser, lancer et développer leur œuvre.

Les œuvres présentées dans la catégorie Future Impact ne sont éligibles à aucune autre catégorie hors Product Design/ Prototypes et Digital Design/Beta.

Récompenses: *Shortlist, Future Impact Pencil*

Fenêtre d'éligibilité: *Sans objet*

Conditions: *Les candidats doivent présenter une preuve de concept*

Pour les deux catégories

Votre candidature doit:

- > Respecter toutes les lois et réglementations applicables
- > Être approuvée par tous les partenaires et parties prenantes

Seront refusés:

- > Les œuvres créé(e)s dans la seule intention de participer à des prix/concours
- > Les œuvres présentées par une tierce partie dans la même catégorie.

Dans le cas où vous présentez une œuvre dans les deux catégories, vous serez contacté(e) et il vous sera demandé de retirer l'une de vos candidatures. Aucun remboursement ne sera possible. Si vous ne savez pas dans quelle catégorie présenter votre œuvre, veuillez contacter l'équipe D&AD Awards.

Index des catégories

Advertising

Digital	12
Direct	14
E-Commerce NEW	16
Experiential	17
Film	18
Integrated	20
Media	21
PR	23
Press & Outdoor	25
Radio & Audio	27

Design

Book Design	28
Branding	29
Design Transformation	32
Digital Design	33
Graphic Design	35
Magazine & Newspaper Design	38
Packaging Design	40
Product Design	41
Spatial Design	43
Type Design NEW	44

Craft

Animation	45
Art Direction	46
Casting	49
Cinematography	50
Direction	51
Editing	52
Illustration	53
Photography	55
Production Design	57
Sound Design & Use of Music	58
Typography	59
Visual Effects	61
Writing for Advertising	62
Writing for Design	65

Culture

Entertainment	68
Gaming NEW	70
Music Videos	71

Impact

Impact	72
Future Impact	74

Collaborative

Collaborative	75
---------------	----

Next

Next Creative	77
Next Designer	77
Next Director	77
Next Illustrator	77
Next Photographer	77

Side Hustle

Side Hustle	79
-------------	----

Digital

Communications marketing principalement basées sur des idées créatives, la technologie, des données et des plates-formes numériques. Les œuvres relatives au e-commerce doivent être présentées dans la nouvelle catégorie e-commerce.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird

£216, €302, \$389

early bird

£288, €403, \$518

standard

£360, €504, \$648

Multi **M**

super early bird

£396, €554, \$713

early bird

£528, €739, \$950

standard

£660, €924, \$1188

Subcategory		Submission Formats i
1001	Integrated M Campagnes intégrées diffusées principalement sur des plates-formes numériques. > Les éléments hors ligne sont acceptés s'ils fonctionnent avec les composantes numériques.	Mandatory 1 Presentation Film
1002	Websites S Sites Web, microsites, pages d'accueil et brochures lancés pour promouvoir un produit ou service. > Ne doit pas être le site principal d'une marque.	Mandatory 1 URL
1003	Search & Display S M Publicités de type « rechercher et afficher ». Inclut les bannières, pop-ups, publications sponsorisées, vidéos publicitaires, annonces en début de flux, takeovers, compétitions et Google Ads. > Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo. Les contenus de marque de courte durée doivent être présentés dans la catégorie Film.	Mandatory One of the below: 1 URL per execution 1 Film per execution
1004	Social S M Publicités pour les plates-formes de réseaux sociaux. Inclut les œuvres utilisant la temporisation, l'algorithme, les règles de censure, les fonctionnalités ou les formats d'un réseau social. > Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo.	Mandatory One or both of the below: 1 URL per execution 1 Film per execution Optional 1 Presentation Film
1005	Apps S Applications de marques ou ayant une composante commerciale mais qui ne sont pas la principale application commerciale d'un produit ou service.	Mandatory One or both of the below: 1 URL 1 Presentation Film
1006	Physical & Digital S Publicités utilisant des composantes physiques et numériques en tandem afin d'engager un utilisateur et diffuser un message marketing. Le jury évaluera la façon dont les deux éléments se complètent et fonctionnent bien.	Mandatory 1 Presentation Film Optional 1 URL
1007	Tactical S Marketing de type newsjacking. Combine des idées créatives avec un sujet d'actualité brûlant ou tendance afin d'obtenir une couverture et un engagement sur les réseaux sociaux maximums pour une marque pour un impact immédiat.	Mandatory 1 Presentation Film Optional 1 URL 1 Film

Key Information:

- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Digital



Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird

£216, €302, \$389

early bird

£288, €403, \$518

standard

£360, €504, \$648

Multi **M**

super early bird

£396, €554, \$713

early bird

£528, €739, \$950

standard

£660, €924, \$1188

Subcategory		Submission Formats i
1008	User Participation S NEW Campagnes destinées à engager activement leur public, par exemple en leur demandant de contribuer à la campagne ou à une initiative de la marque.	Mandatory 1 Presentation Film
1009	Use of Micro-Talent & Influencers S Campagnes utilisant des micro-talents ou micro-influenceurs, c'est-à-dire appartenant à un public de niche ou ayant plus de 1 000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques. > Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo.	Mandatory One or both of the below: 1 URL per execution 1 Film per execution Optional 1 Presentation Film
1010	Use of Talent & Influencers S Campagnes utilisant des influenceurs ou célébrités populaires sur les réseaux sociaux, généralement avec plus de 100 000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques. > Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo.	Mandatory 1 Presentation Film Optional 1 URL
1011	Use of Technology S Marketing utilisant de nouvelles technologies et des médias émergents pour repousser les limites de la créativité ou repensant d'anciennes technologies de façon novatrice et créative. Vous devrez montrer en quoi l'utilisation de la technologie est novatrice et a directement contribué à la réussite commerciale. > Les œuvres utilisant le machine learning doivent être présentées dans la sous-catégorie AI.	Mandatory 1 Presentation Film Optional 1 URL
1012	Use of AI S Utilisation de l'IA pour repousser les limites de la créativité dans les communications marketing et campagnes. Inclut le machine learning, les agents conversationnels, les assistants vocaux, les contenus scriptés par IA, les systèmes alimentés par IA, etc.	
1013	Use of Data S Campagnes utilisant des données pour renforcer l'idée et l'histoire de la marque, garantir la réussite commerciale ou améliorer l'expérience client en ligne ou hors ligne. Inclut les données internes ou externes, les big data, les données en temps réel et les données concurrentielles.	

Key Information:

- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. See [page 86](#) for more information.

Direct

Marketing à destination du consommateur directement et destiné à susciter une réponse directe.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£216, €302, \$389

early bird
£288, €403, \$518

standard
£360, €504, \$648

Multi **M**

super early bird
£396, €554, \$713

early bird
£528, €739, \$950

standard
£660, €924, \$1188

Subcategory		Submission Formats i
1101	Integrated M Campagnes de marketing direct entièrement intégrées diffusées sur plusieurs plates-formes, p. ex., en ligne, au format papier, à la télévision et à la radio.	Mandatory 1 Presentation Film
1102	Digital S M Communication numérique suscitant une réponse directe. Inclut les bannières, sites de campagnes, campagnes sur les réseaux sociaux, e-mails, applications et publicités mobiles. > Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo.	Mandatory One or both of the below: 1 URL per execution 1 Film per execution Optional 1 Presentation Film
1103	Film S M Publicités sur les réseaux sociaux, services de VOD, à la télévision ou au cinéma visant à susciter une réponse directe. Inclut les œuvres pour les plates-formes hors ligne telles que les avions, les festivals ou encore les présentations.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
1104	Direct Mail S M Courrier physique suscitant une réponse directe. Inclut les livraisons à domicile, les lettres, les cartes postales et les lots de courriers.	Mandatory 1-5 Images per execution
1105	Printed Materials S M NEW Tout autre marketing sur support imprimé visant à susciter une réponse directe. Inclut la papeterie, les tracts, les brochures, les livres, les cartes de remerciement, les calendriers, etc.	

Key Information:

- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Distribution.

See [page 84](#) for more information.

Direct



Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird

£216, €302, \$389

early bird

£288, €403, \$518

standard

£360, €504, \$648

Multi **M**

super early bird

£396, €554, \$713

early bird

£528, €739, \$950

standard

£660, €924, \$1188

Subcategory		Submission Formats i
1106	Press & Outdoor S M Publicité par voie de presse et par affiches visant à susciter une réponse directe. Inclut les encarts dans la presse et les emballages, les œuvres diffusées sur des sites numériques et interactifs, les constructions spéciales et les flyers.	Outdoor Mandatory One or both of the below: 1 Image per execution 1 Film (for digital sites) per execution Press Mandatory 1 Image per execution Optional 1 Image in situ per execution Inserts & Wraps Mandatory 1-5 Images per execution
1107	Radio & Audio S M Publicités à la radio et marketing audio suscitant une réponse directe. Inclut les diffusions à la radio, les contenus ciblant des fans et les podcasts.	Mandatory 1 Audio per execution Optional 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins
1108	Events M NEW Évènements et stratégies visant à susciter une réponse directe. Inclut les événements virtuels et en direct, les flash mobs, la guérilla marketing, les magasins éphémères, etc.	Mandatory 1 Presentation Film
1109	Product & Service M Produits et services ciblant des publics spécifiques et suscitant une réponse directe. Inclut les échantillons de produits, les consommables, etc.	
1110	Acquisition & Retention M Campagnes directes qui initient un besoin ciblé vers un commerce, une société ou un produit afin d'établir une relation avec le consommateur ou d'encourager la fidélité du client.	
1111	Innovation M Innovation en matière de marketing direct. Inclut les produits, services et communications innovants suscitant une réponse directe.	

Key Information:

- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Distribution.

See [page 84](#) for more information.

E-Commerce NEW

Lorsque l'e-commerce est utilisé de façon créative pour inspirer et susciter l'échange de biens et services en ligne. Inclut les transactions avec des clients et B2B.

super early bird

£216, €302, \$389

early bird

£288, €403, \$518

standard

£360, €504, \$648

Subcategory		Submission Formats i
1201	Omnichannel Campagnes sur plusieurs canaux visant à offrir un produit et une expérience d'achat épurés lors de l'achat sur mobile, ordinateur portable ou en magasin.	Mandatory 1 Presentation Film
1202	Acquisition & Retention Publicités utilisant l'e-commerce créatif pour conserver des clients existants, attirer de nouveaux clients et accroître l'activité des clients. Par exemple par le biais de programmes de fidélité, de programmes d'avantages, d'interceptions du cycle d'achat, etc.	
1203	Customer Journey Solutions d'e-commerce offrant un parcours client complet et continu, du moment où les clients découvrent la marque à la livraison. Inclut les applications facilitant l'expérience, p. ex., assistants d'achat, agents conversationnels, assistants vocaux, reconnaissance faciale, etc.	
1204	Purchase Experience Expériences incitant à l'achat ou bénéfiques pour le consommateur, où la méthode d'achat est ludique, facile et attractive. Inclut les achats facilités par des applications, des portes-feuilles mobiles, du contenu en réalité augmentée, des codes QR, etc.	
1205	Promotions Campagnes utilisant l'e-commerce créatif pour stimuler l'engagement avec un produit ou service promotionnel.	
1206	Brand Partnership Collaborations entre marques offrant aux consommateurs un accès à un produit et des expériences d'achat uniques. Par exemple un service exclusif, une offre spéciale ou un accès renforcé à des produits.	
1207	Entertainment Expériences d'achat emballées sous forme de divertissement. Inclut les spectacles de vente, les activations, les démonstrations de produit, les gamifications, etc.	
1208	Livestream Expériences d'e-commerce diffusées par des streamings en direct.	
1209	Cultural Experience Expériences d'e-commerce alignées avec une culture ou un sujet actuel spécifique.	
1210	Use of Data Campagnes utilisant des données pour personnaliser des expériences d'e-commerce et débloquent un accès à des bénéfices ou des produits et services uniques. Par exemple des données personnelles, anonymisées et de géolocalisation.	
1211	Use of Social Networks Campagnes s'appuyant sur les consommateurs en utilisant leurs réseaux sociaux pour donner vie à l'idée.	
1212	New Realities & Emerging Media Expériences d'e-commerce où la réalité augmentée, virtuelle, mixte ou avancée ou des médias émergents jouent un rôle clé dans l'expérience d'achat du produit. Pour les œuvres à la pointe qui transforment la façon dont les marques interagissent avec les consommateurs.	

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Experiential

Œuvre entraînant une interaction entre les marques et les clients par le biais d'activations déclenchées par une expérience. Peut être virtuelle, physique ou les deux à la fois.

super early bird

£288, €403, \$518

early bird

£384, €538, \$691

standard

£480, €672, \$864

Subcategory		Submission Formats ⓘ
1301	Community Activations de marques ayant lieu au sein de communautés en ligne et hors ligne, ou réunissant ces communautés, afin d'optimiser une expérience partagée.	Mandatory 1 Presentation Film
1302	Exhibitions & Trade Shows Activations de marque et stands d'expositions, de congrès et de salons professionnels en ligne et hors ligne.	
1303	Retail Expériences commerciales qui optimisent le processus d'achat. Inclut les activations en ligne, les événements en magasin, les boutiques éphémères et les vendeurs ambulants.	
1304	Public Spaces Activations de marques conçues pour les espaces publics.	
1305	Out-of-Home Expériences et activations hors domicile. Par exemple la guérilla marketing, les ruses publicitaires et les publicités ambiantes.	
1306	Online Experiences NEW Tout autre marketing sur support imprimé visant à susciter une réponse directe. Inclut la papeterie, les tracts, les brochures, les livres, les cartes de remerciement, les calendriers, etc.	
1307	Use of Micro-Talent & Influencers NEW Campagnes utilisant des micro-talents ou micro-influenceurs, c'est-à-dire appartenant à un public de niche ou ayant plus de 1 000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques.	
1308	Use of Talent & Influencers NEW Campagnes utilisant des influenceurs ou célébrités populaires sur les réseaux sociaux, généralement avec plus de 100 000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques.	
1309	Use of Technology Activations de marque où l'élément principal est renforcé par l'utilisation d'une technologie telle que la vidéo à 360°, l'activation vocale, l'immersion ou l'utilisation de plusieurs plates-formes. Inclut le mapping vidéo et les expériences activées par l'utilisateur. > Pour les contenus en réalité augmentée, virtuelle et mixte et audiovisuels, rendez-vous dans la sous-catégorie New Realities & Emerging Media .	
1310	New Realities & Emerging Media Activations de marques où la réalité augmentée, virtuelle, mixte ou avancée ou des médias émergents jouent un rôle clé dans la transmission du message de la marque. Pour les œuvres à la pointe qui transforment la façon dont les marques interagissent avec les consommateurs.	

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Film

Publicités au format vidéo pour la télévision, la VOD, le cinéma, les réseaux sociaux et d'autres écrans. Inclut les contenus audiovisuels interactifs et novateurs.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Multi **M**

super early bird
£504, €706, \$907

early bird
£672, €941, \$1210

standard
£840, €1176, \$1512

Subcategory		Submission Formats i
1401	Social Commercial Campaigns M Campagnes de films commerciaux créées pour être diffusées sur des plates-formes de réseaux sociaux.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
1402	Social Commercials Under 30 Seconds S Films commerciaux de moins de 30 secondes créés pour les plates-formes de réseaux sociaux.	Mandatory 1 Film
1403	Social Commercials Over 30 Seconds S Films commerciaux de plus de 30 secondes créés pour les plates-formes de réseaux sociaux.	Mandatory 1 Film Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
1404	TV/VOD Commercial Campaigns M Campagnes de films commerciaux créées pour la télévision, les services de VOD ou les deux.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
1405	TV/VOD Commercials Under 60 Seconds S Films commerciaux de moins de 60 secondes créés pour la télévision, les services de VOD ou les deux.	Mandatory 1 Film
1406	TV/VOD Commercials 61 - 120 Seconds S Films commerciaux d'entre 61 et 120 secondes créés pour la télévision, les services de VOD ou les deux.	
1407	TV/VOD Commercials Over 120 Seconds S Films commerciaux de plus de 120 secondes créés pour la télévision, les services de VOD ou les deux.	Mandatory 1 Film Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
1408	Cinema Commercial Campaigns M Campagnes de films commerciaux créées pour le cinéma.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. For relevant subcategories: Budget. See [page 84](#) for more information.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Multi **M**

super early bird
£504, €706, \$907

early bird
£672, €941, \$1210

standard
£840, €1176, \$1512

Subcategory		Submission Formats i
1409	Cinema Commercials Under 60 Seconds S Films commerciaux de moins de 60 secondes créés pour être diffusés au cinéma.	Mandatory 1 Film
1410	Cinema Commercials 61 - 120 Seconds S Films commerciaux d'entre 61 et 120 secondes créés pour être diffusés au cinéma.	
1411	Cinema Commercials Over 120 seconds S Films commerciaux de plus de 120 secondes créés pour être diffusés au cinéma.	Mandatory 1 Film Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
1412	Other Screens S M Vidéos publicitaires principalement conçus pour être diffusées sur des écrans non traditionnels. Inclut les œuvres pour vitrines, installations, expositions, festivals, évènements, avions ou utilisation d'entreprise.	
1413	Promotions S M Vidéos publicitaires pour promotions de programmes, identifications, sponsorship bumpers (des parrainages d'émissions).	
1414	Tactical S M Vidéos publicitaires se servant de la popularité d'un sujet d'actualité ou d'un évènement spécifique pour générer une couverture maximale pour la marque.	
1415	Interactive S M Vidéos publicitaires invitant le spectateur à interagir. Ceci peut inclure l'utilisation d'un deuxième écran lorsque plusieurs appareils sont utilisés en parallèle.	
1416	Innovation S M Vidéos publicitaires repoussant les frontières du média en mettant en place de nouvelles idées, méthodes de narration ou technologies.	
1417	Low Budget S M NEW Pour les œuvres considérées à petit budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer le budget de la production ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.	

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. For relevant subcategories: Budget. See [page 84](#) for more information.

Integrated

Campagnes où une idée centrale est mise en œuvre avec succès sur plusieurs médias.

super early bird

£432, €605, \$778

early bird

£576, €806, \$1037

standard

£720, €1008, \$1296

Subcategory		Submission Formats ⓘ
1501	<p>Small Business</p> <p>Campagnes entièrement intégrées mises en œuvre de manière cohérente sur plusieurs plates-formes, p. ex., en ligne, à la télévision, à la radio, hors domicile.</p> <p>> Vous devez avoir moins de 50 employés pour participer dans cette sous-catégorie.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Presentation Film</p>
1502	<p>Medium Business</p> <p>Campagnes entièrement intégrées mises en œuvre de manière cohérente sur plusieurs plates-formes, p. ex., en ligne, à la télévision, à la radio, hors domicile.</p> <p>> Vous devez avoir entre 50 et 500 employés pour participer dans cette sous-catégorie.</p>	
1503	<p>Large Business</p> <p>Campagnes entièrement intégrées mises en œuvre de manière cohérente sur plusieurs plates-formes, p. ex., en ligne, à la télévision, à la radio, hors domicile.</p> <p>> Vous devez avoir plus de 500 employés pour participer dans cette sous-catégorie.</p>	
1504	<p>Established Campaigns</p> <p>Campagnes où le même concept est utilisé depuis trois ans ou plus, avec une idée centrale utilisée sur plusieurs médias.</p> <p>> L'œuvre doit avoir été diffusée avant le 14 avril 2018 et toujours être diffusée entre le 1er janvier 2020 et le 14 avril 2021.</p>	
1505	<p>Collaborative Campaigns</p> <p>NEW Campagne produite par plusieurs marques et mise en œuvre de manière cohérente sur plusieurs plates-formes, p. ex., en ligne, à la télévision, à la radio, hors domicile, etc.</p>	
1506	<p>Content Led Campaigns</p> <p>NEW Campagnes entièrement intégrées basées sur un contenu mises en œuvre de manière cohérente sur plusieurs plates-formes, p. ex., en ligne, à la télévision, à la radio, hors domicile, etc. Reposant sur la création de contenu lié à la marque bénéficiant à l'utilisateur ou juste sur le message de la marque.</p>	

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Results, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, History.

See [page 84](#) for more information.

Media

Stratégies et idées utilisant un média ou un support média spécifique comme outil de création.

super early bird


£324, €454, \$583

early bird

£432, €605, \$778

standard

£540, €756, \$972

Subcategory		Submission Formats 
1601	Integrated Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias mises en œuvre de manière cohérente sur plusieurs plates-formes, p. ex., en ligne, à la télévision, à la radio, hors domicile, etc.	Mandatory 1 Presentation Film
1602	Social Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias destinées aux plates-formes de réseaux sociaux. Inclut les idées pour médias payants, détenus et obtenus exploitant les aspects sociaux et communautaires des réseaux numériques et contenus générés par les utilisateurs.	
1603	Mobile Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias utilisant la technologie mobile. Inclut la réalité augmentée, la technologie spécifique à un lieu, les applications, etc.	
1604	Direct Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias utilisant le courrier, les e-mails, le marketing téléphonique ou d'autres méthodes pour une communication directe avec le client.	
1605	Press & Outdoor Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias diffusées dans la presse, telles que des publiereportages, des publicités ou des encarts ; et des publicités hors domicile sur les formats libres existants ou les zones d'affichage interactives par exemple.	
1606	Radio & Audio Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias pour utilisation sur des plates-formes audio telles que la radio, des plates-formes de podcasts et des services de streaming. Inclut les diffusions en direct et les contenus en ligne et à la demande.	
1607	Film Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias destinées aux films. Les placements publicitaires comprennent les plates-formes en ligne telles que les réseaux sociaux et les services de VOD, la télévision, les cinémas et les autres écrans.	
1608	Entertainment Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias destinées aux divertissements. Inclut les plates-formes de gaming, les applications, les plates-formes de partage de vidéos, les clips musicaux, etc.	
1609	Events & Stunts Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias sous forme d'événements ou de ruses publicitaires virtuels et physiques. Inclut les expositions, les installations, les festivals, les lancements de produits, les tournois sportifs, les performances artistiques et les concerts, qu'ils soient pré-existants ou créés spécialement pour l'occasion.	

Key Information:

- Les juges rechercheront les idées novatrices et créatives principalement destinées à être diffusées dans des médias, c'est-à-dire celles donnant la priorité à l'utilisation efficace de canaux pour transmettre le message de la marque.
- Vous devrez démontrer comment l'œuvre a atteint l'objectif.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Background, Solution and Execution, Placement, Timeline, Results, Objectives, Cultural Context.

See [page 84](#) for more information.

Media



super early bird
£324, €454, \$583

early bird
£432, €605, \$778

standard
£540, €756, \$972

Subcategory		Submission Formats ⓘ
1610	Retail Campagnes centrées autour du e-commerce, du marketing en magasin, p. ex., signalisations et points de vente numériques, boutiques éphémères, sites et processus de vente en ligne.	Mandatory 1 Presentation Film
1611	Interaction Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias encourageant et permettant à l'utilisateur d'interagir ou de répondre à une autre activité de la marque. Inclut les applications à double écran, la reconnaissance vocale ou visuelle, les kiosques interactifs et les nouvelles réalités (réalité augmentée, virtuelle, mixte ou avancée).	
1612	Collaboration Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias s'appuyant sur l'utilisation créative du placement de sponsor où la collaboration entre le sponsor et le projet est capitale pour la réussite de la campagne.	
1613	Use of Micro-Talent & Influencers Idées principalement destinées à être diffusées dans des médias utilisant des micro-talents ou micro-influenceurs, c'est-à-dire appartenant à un public de niche ou ayant plus de 1000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques.	
1614	Use of Talent & Influencers Activité média faisant appel à des influenceurs ou célébrités populaires sur les réseaux sociaux, généralement avec plus de 100 000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques.	

Key Information:

- Les juges rechercheront les idées novatrices et créatives principalement destinées à être diffusées dans des médias, c'est-à-dire celles donnant la priorité à l'utilisation efficace de canaux pour transmettre le message de la marque.
- Vous devrez démontrer comment l'œuvre a atteint l'objectif.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Background, Solution and Execution, Placement, Timeline, Results, Objectives, Cultural Context.

See [page 84](#) for more information.


PR

Stratégies et idées utilisant des méthodes de RP comme outils de création.

super early bird
£324, €454, \$583

early bird
£432, €605, \$778

standard
£540, €756, \$972

Subcategory		Submission Formats 
1701	Integrated Campagnes de RP intégrées mises en œuvre sur plusieurs médias p. ex., à la télévision, au format papier, en ligne, sur mobile, ruses publicitaires ambiantes.	Mandatory 1 Presentation Film
1702	B2B Idées de type RP basées sur la promotion de services et de produits d'une entreprise à une autre.	
1703	B2C Idées de type RP basées sur la promotion de services et de produits auprès des clients.	
1704	In-Market Idées de type RP visant un marché linguistique ou géographique donné.	
1705	Multi-Market Campagnes visant plusieurs marchés linguistiques ou géographiques.	
1706	Digital & Social Idées de RP utilisant des plates-formes de médias numériques et de réseaux sociaux pour transmettre le message de la marque.	
1707	Events & Stunts Idées de type RP utilisant un événement ou une ruse publicitaire pour créer le buzz et faire connaître la marque. Inclut les événements virtuels et en direct, les flash mobs, la guérilla marketing, les magasins éphémères, etc.	
1708	NEW Entertainment Idées de type RP utilisant un divertissement pour créer le buzz et faire connaître la marque. Inclut les campagnes destinées aux plates-formes de gaming, applications, plates-formes de partage de vidéos, clips musicaux, etc.	
1709	Use of Micro-Talent & Influencers Activité de type RP utilisant des micro-talents ou micro-influenceurs, c'est-à-dire appartenant à un public de niche ou ayant plus de 1000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques.	
1710	Use of Talent & Influencers Activité de type RP faisant appel à des influenceurs ou célébrités populaires sur les réseaux sociaux, généralement avec plus de 100 000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques.	

Key Information:

- Les juges rechercheront les idées novatrices et créatives principalement de type RP c'est-à-dire celles donnant la priorité à l'utilisation efficace d'une stratégie de RP pour transmettre le message de la marque.
- Vous devrez démontrer comment l'œuvre a atteint l'objectif.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Background, Solution and Execution, Results, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, History, Budget. See [page 84](#) for more information.

PR



super early bird
 £324, €454, \$583

early bird
 £432, €605, \$778

standard
 £540, €756, \$972

Subcategory		Submission Formats ⓘ
1711	Use of Media Relations Activité de type RP utilisant les relations avec des journalistes et des médias pour transmettre un message, par opposition à une communication directe avec le public.	Mandatory 1 Presentation Film
1712	Reactive Response Activité de type RP se servant de la popularité d'un sujet d'actualité, d'une vidéo virale ou d'un événement spécifique pour générer une couverture positive maximale pour la marque. Peut également inclure également les campagnes faisant suite à des problématiques de marques ou des crises en matière de RP	
1713	Product Launch Idées de type RP conçues pour lancer ou relancer un produit.	
1714	Public Affairs Idées de type RP qui suscitent un changement de la politique publique, de l'agenda ou de la législation.	
1715	Established Campaigns Campagnes de type RP où le même concept est utilisé depuis trois ans ou plus, permettant de faire connaître continuellement la marque ou de stimuler son chiffre d'affaires. > L'œuvre doit avoir été diffusée avant le 14 avril 2018 et toujours être diffusée entre le 1er janvier 2020 et le 14 avril 2021.	
1716	Low Budget Pour les œuvres considérées à faible budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer votre budget ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.	

Key Information:

- Les juges rechercheront les idées novatrices et créatives principalement de type RP c'est-à-dire celles donnant la priorité à l'utilisation efficace d'une stratégie de RP pour transmettre le message de la marque.
- Vous devrez démontrer comment l'œuvre a atteint l'objectif.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Background, Solution and Execution, Results, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, History, Budget. See [page 84](#) for more information.

Press & Outdoor

Publicité par voie de presse et par affiches. Inclut les œuvres diffusées sur des zones numériques et interactives. Les œuvres extérieures basées sur l'expérience, par exemple les activations et les événements éphémères, doivent être présentées dans la catégorie Experiential.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird

£216, €302, \$389

early bird

£288, €403, \$518

standard

£360, €504, \$648

Multi **M**

super early bird

£360, €504, \$648

early bird

£480, €672, \$864

standard

£600, €840, \$1080

Subcategory		Submission Formats i
1801	Press Adverts S Publicités de presse indépendantes pour magazines, journaux et publications en ligne.	Mandatory 1 Image Optional 1 Image in situ
1802	Press Campaigns M Campagnes de publicité entières pour presse pour magazines, journaux et publications en ligne.	Mandatory 1 Image per execution Optional 1 Image in situ per execution
1803	Press Inserts & Wraps SM Emballages de publications ou supports imprimés insérés dans une publication.	Mandatory 1-5 Images per execution
1804 NEW	Interactive Press Adverts SM Publicités de presse invitant le spectateur à interagir. Par exemple par le biais d'interactions physiques, d'engagement sur les réseaux sociaux, d'interactions avec un appareil ou de la transformation de la publicité en produit ou service.	Mandatory 1 Image per execution Optional 1 Image in situ per execution 1 Presentation Film
1805	Tactical Press Adverts SM Publicité de presse à réponse rapide qui utilise le buzz d'un sujet d'actualité ou d'un événement pour générer la couverture média maximale pour la marque. Contenu audio recherché et partagé par le public et où la marque, le produit, le service ou l'entreprise fait partie intégrante de l'histoire ou de l'expérience.	Mandatory 1 Image per execution Optional 1 Image in situ per execution
1806	Poster Adverts S Affiches publicitaires sur des formats libres ou sites existants. Inclut les sites numériques, p. ex., les panneaux ou les affiches numériques et les sites non conventionnels tels que les véhicules, les bâtiments et les points de vente.	Mandatory One of the below: 1 Image 1 Film (for digital sites) Optional 1 Image in situ per execution

Key Information:

- Des images de l'œuvre in situ aideront le jury à évaluer l'œuvre. Nous vous invitons à en fournir dans la mesure du possible.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Press & Outdoor

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird

£216, €302, \$389

early bird

£288, €403, \$518

standard

£360, €504, \$648

Multi **M**

super early bird

£360, €504, \$648

early bird

£480, €672, \$864

standard

£600, €840, \$1080

Subcategory		Submission Formats i
1807	Poster Campaigns M Campagnes de publicité par affiches sur des formats gratuits ou sites existants. Inclut les sites numériques, p. ex., les panneaux ou les affiches numériques et les sites non conventionnels tels que les véhicules, les bâtiments et les points de vente.	Mandatory One or both of the below: 1 Image per execution 1 Film per execution (for digital sites) Optional 1 Image in situ per execution
1808	Interactive Poster Adverts S M Affiches publicitaires invitant le spectateur à interagir. Par exemple par le biais d'interactions physiques, d'engagement sur les réseaux sociaux, d'interactions avec un appareil ou de l'utilisation de l'affiche comme un produit ou service.	Mandatory One or both of the below: 1 Image per execution 1 Film per execution (for digital sites) Optional 1 Image in situ per execution
1809	Tactical Poster Adverts S M Affiche de publicité à réponse rapide qui utilise le buzz d'un sujet d'actualité ou d'un événement pour générer la couverture média maximale pour la marque Inclut les publicités de type newsjacking, en temps réel et dans une situation spécifique. Contenu audio recherché et partagé par le public et où la marque, le produit, le service ou l'entreprise fait partie intégrante de l'histoire ou de l'expérience.	Mandatory One or both of the below: 1 Image per execution 1 Film per execution (for digital sites) Optional 1 Image in situ per execution
1810	Innovation S M Publicités de presse et sur affiche repoussant les limites du média. Par exemple intégration de nouvelles technologies ou de nouveaux matériaux dans un encart ou une vitrine pour une expérience unique.	Mandatory Presentation Images S 1-5 Images M 1-10 Images Optional 1 Presentation Film

Key Information:

- Des images de l'œuvre in situ aideront le jury à évaluer l'œuvre. Nous vous invitons à en fournir dans la mesure du possible.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Radio & Audio

Campagnes de publicité radio de marques. Inclut l'utilisation de radio, de podcasts et de plates-formes de streaming.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£156, €218, \$281

early bird
£208, €291, \$374

standard
£260, €364, \$468

Multi **M**

super early bird
£258, €361, \$464

early bird
£344, €482, \$619

standard
£430, €602, \$774

Subcategory		Submission Formats i
1901	Commercial Campaigns M Diffusion de campagnes commerciales à la radio, en ligne ou hors domicile. Inclut les placements sur les radios internet, les services de streaming, les livres audio et les plates-formes de podcasts.	Mandatory 1 Audio per execution Optional 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins
1902	Commercials Under 30 Seconds S Spots publicitaires de moins de 30 secondes. Diffusion à la radio, en ligne ou hors domicile. Inclut les placements sur les radios internet, les services de streaming, les livres audio et les plates-formes de podcasts.	Mandatory 1 Audio
1903	Commercials Over 30 Seconds S Spots publicitaires de plus de 30 secondes. Diffusion à la radio, en ligne ou hors domicile. Inclut les placements sur les radios internet, les services de streaming, les livres audio et les plates-formes de podcasts.	Mandatory 1 Audio Optional 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins
1904 NEW	Brand Expression SM Utilisation de contenus audio dans plusieurs points de contact pour renforcer l'identité d'une marque et la faire connaître. Inclut l'utilisation de logos, de son et de jingles créées spécialement pour des marques, ainsi que les playlists personnalisées en ligne et en magasin par exemple.	
1905	Entertainment SM Contenus audio de marques et financés par des marques. Par exemple livres audio, playlists, podcasts, feuillets, concerts, festivals, événements diffusés en direct.	
1906	Tactical SM Publicité de type réponse rapide réagissant à un sujet d'actualité ou un événement actuel, tirant profit de la popularité d'un sujet d'actualité pour générer une couverture média maximale pour la marque. Contenu audio recherché et partagé par le public et où la marque, le produit, le service ou l'entreprise fait partie intégrante de l'histoire ou de l'expérience.	Mandatory 1 Audio Optional 1 Presentation Film 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins
1907	Innovation SM Oeuvre visant à redéfinir ce qui peut être atteint par le biais des communications audio de marques.	

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Book Design

Conception de livres et de couvertures. Inclut les livres imprimés, numériques et électroniques ainsi que les livres connectés fonctionnant avec une application.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£78, €109, \$140

early bird
£104, €146, \$187

standard
£130, €182, \$234

Multi **M**

super early bird
£135, €189, \$243

early bird
£180, €252, \$324

standard
£225, €315, \$405

Subcategory		Submission Formats i
2001	Children's Picture Books S M Conception de livres entiers pour enfants, inclut les livres animés, à rabats, fictifs et non fictifs.	Mandatory One or both of the below: Printed Publication/s* 1 URL per execution (for digital elements) – *1-5 Reference Images per execution will be required for Printed Publication/s
2002	Children's Picture Book Covers S M Couvertures de livres pour enfants, inclus les livres animés, à rabats, fictifs et non fictifs.	
2003	Trade Books S M Livres de maisons d'éditions, disponibles par le biais des réseaux de distribution traditionnels. Fiction et non-fiction générale pour adultes et jeunes adultes.	
2004	Trade Covers S M Conceptions de couvertures de livres de maisons d'éditions, disponibles par le biais des réseaux de distribution traditionnels. Fiction et non-fiction générale pour adultes et jeunes adultes.	
2005	Culture, Art & Design Books S M Conception de livres entiers sur l'art, la culture, le design, la mode, le style de vie et la photographie, par exemple beaux livres grand format, albums, livres de design, de mode, de cuisine.	
2006	Culture, Art & Design Covers S M Conception de couvertures de livres sur l'art, la culture, le design, la mode, le style de vie et la photographie, par exemple beaux livres grand format, albums, livres de design, de mode, de cuisine.	
2007	Specialist Subject Books S M Livres spécialisés tous genres confondus, généralement sur un sujet de niche. Peuvent également être écrits afin de soutenir une cause politique ou sensibiliser à un évènement ou un sujet culturel.	
2008	Specialist Subject Covers S M Conception de couvertures de livres spécialisés tous genres confondus, généralement sur un sujet de niche. Peuvent également être écrits afin de soutenir une cause politique ou sensibiliser à un évènement ou un sujet culturel.	
2009	Illustrated Books & Graphic Novels S M Conception de livres entiers où les illustrations et/ou dessins sont un élément clé du design, par exemple les romans graphiques.	
2010	Illustrated Books & Graphic Novel Covers S M Conception de couvertures de livres où les illustrations et/ou dessins sont un élément clé du design, par exemple les romans graphiques.	
2011	Limited Edition & Fine Binding Books S M Conception de livres entiers réalisés avec beaucoup de savoir-faire et/ou des matériaux de grande qualité, mais aussi les livres à tirage limité ou à faible tirage, généralement parus à moins de 1000 exemplaires. Couvertures de livres réalisés avec beaucoup de savoir-faire et/ou des matériaux de grande qualité, mais aussi les livres à tirage limité ou à faible tirage, généralement parus à moins de 1000 exemplaires.	
2012	Limited Edition & Fine Binding Covers S M Conception de couvertures de livres réalisés avec beaucoup de savoir-faire et/ou des matériaux de grande qualité, mais aussi les livres à tirage limité ou à faible tirage, généralement parus à moins de 1000 exemplaires. Couvertures de livres réalisés avec beaucoup de savoir-faire et/ou des matériaux de grande qualité, mais aussi les livres à tirage limité ou à faible tirage, généralement parus à moins de 1000 exemplaires.	

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Print Run, Distribution, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Branding

Conception d'éléments de marques individuels et d'images de marque complètes. Inclut les nouvelles identités de marques, les rafraîchissements de marques, les logos et les méthodes d'expression de marques.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£156, €218, \$281

early bird
£208, €291, \$374

standard
£260, €364, \$468

Multi **M**

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Subcategory		Submission Formats i
2101	New Branding Schemes M Identité de marque créée pour une organisation, un produit ou un service auparavant sans marque. L'œuvre doit représenter la marque sur plusieurs plates-formes. > L'œuvre ne peut être présentée à la fois dans les catégories New Branding Schemes et Brand Refresh.	Mandatory 1-10 Presentation Images Optional Physical Material 1 URL 1-5 Film 1 Presentation Film 1-5 Audio
2102	Brand Refresh M Actualisation d'une marque d'une organisation, d'un produit ou d'un service déjà existant(e). L'œuvre doit représenter la marque sur plusieurs plates-formes. > L'œuvre ne peut être présentée à la fois dans les catégories New Branding Schemes et Brand Refresh.	Mandatory 1-10 Presentation Images* Optional Physical Material 1 URL 1-5 Film 1 Presentation Film 1-5 Audio — *Please display how the brand looked before the refresh
2103	Campaign Branding M Identité créée pour une campagne marketing ou une gamme de produits limités donnée. Inclut les identités de campagnes et les éléments qui les composent.	Mandatory 1-10 Presentation Images Optional Physical Material 1 URL 1-5 Film 1 Presentation Film 1-5 Audio
2104	Channel Branding S Identité créée pour des chaînes de télévision, des canaux numériques et des programmes. Inclut les identités entières et les éléments qui les composent p. ex., animations, identifications et jingles publicitaires.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
2105	Sonic Branding S Charte sonore diffusée dans plusieurs points de contact avec les clients racontant une histoire de la marque. Inclut les logos, sons et jingles créés spécialement pour les marques ainsi que les curation musicales en ligne et en magasin qui renforcent l'identité de marque.	Mandatory 1 Audio per execution Optional 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins



You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Budget.

See [page 84](#) for more information.

Branding



Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£156, €218, \$281

early bird
£208, €291, \$374

standard
£260, €364, \$468

Multi **M**

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Subcategory		Submission Formats i
2106	<p>Logos S</p> <p>Logo simple ou famille de logos. Peu(ven)t être statique(s), animé(s) ou les deux. Inclut les logos de campagnes.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One of both of the below:</p> <p>1-10 Images 1-10 Films (for in motion logos)</p>
2107	<p>Activations S</p> <p>Identité d'une activation ou série d'activations authentiques pour une identité de marque et donnant vie à la marque, par exemple boutiques éphémères, installations, évènements commerciaux.</p> <p>> Cette catégorie ne concerne pas les publicités. Veuillez présenter ce type d'œuvres dans la catégorie Experiential.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Presentation Film</p>
2108	<p>Digital S</p> <p>Identité pour les plates-formes numériques, par exemple sites Web, applications, jeux vidéo.</p> <p>> Cette catégorie ne concerne pas les publicités. Veuillez présenter ce type d'œuvres dans la catégorie Digital, section Advertising.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 URL</p> <p>Optional</p> <p>1 Presentation Film</p>
2109	<p>Print S</p> <p>Communications de marque imprimées, par exemple papeterie, catalogues, guides de la marque et emballages.</p> <p>> Cette sous-catégorie n'est pas pour les affiches ou publicités destinées à la presse. Veuillez présenter ce type d'œuvres dans la catégorie Press & Outdoor.</p>	<p>Mandatory</p> <p>Physical Material*</p> <p>—</p> <p>*1-5 Reference Images per execution will be required for Physical Material</p>
2110	<p>Motion S</p> <p>Communications de marques en images animées, par exemple films projetés en vol, présentations d'entreprise, images d'évènements, images animées.</p> <p>> Cette catégorie ne concerne pas les publicités. Veuillez présenter ce type d'œuvres dans la catégorie Film.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Film per execution</p>
2111	<p>NEW</p> <p>Tactical S</p> <p>Nouvelle image de marque, rafraîchissement de marque ou identité en édition limitée conçus en réponse aux affaires courantes, aux évènements récents ou à un sujet tendance.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1-10 Presentation Images</p> <p>Optional</p> <p>Physical Material 1 URL 1-5 Film 1 Presentation Film 1-5 Audio</p>



You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Budget.

See [page 84](#) for more information.

Branding



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
super early bird £156, €218, \$281	super early bird £288, €403, \$518	
early bird £208, €291, \$374	early bird £384, €538, \$691	
standard £260, €364, \$468	standard £480, €672, \$864	

Subcategory	Submission Formats i
<p>2112 Low Budget S M</p> <p>NEW Pour les œuvres considérées à faible budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer votre budget ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.</p>	<p>Based on your type of work, please follow the submission formats as listed per subcategory</p> <ul style="list-style-type: none"> New Branding Schemes M Brand Refresh M Campaign Branding M TV Branding S Sonic Branding S Logos S Activations S Digital S Print S Motion S Tactical S

You will be asked to provide the following information online:
For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. **For relevant subcategories:** Placement, Timeline, Budget.
 See [page 84](#) for more information.

Design Transformation

Œuvres qui entraînent le changement commercial par design. Les juges se concentreront sur les productions créatives et la façon dont elles ont entraîné des changements opérationnels durables. Les œuvres doivent aller au-delà du conceptuel.

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Subcategory		Submission Formats ⓘ
2201	Digital Transformation de conception où le numérique et la technologie sont au cœur de la solution. Les juges rechercheront des productions créatives durables ayant suscité des changements opérationnels en améliorant l'efficacité opérationnelle, les expériences des clients/employés; le chiffre d'affaires, etc.	Mandatory 1 Presentation Film Optional 1 URL
2202	Operational Transformation de conception où l'idée de conception est utilisée pour répondre à des défis opérationnels, par exemple désignation de nouveaux systèmes de formation, réimagination du recrutement et des communications internes ou unification des services et activités avec un système d'identité. Les juges rechercheront des productions créatives durables ayant suscité des changements opérationnels en améliorant l'efficacité opérationnelle, les expériences des clients/employés; le chiffre d'affaires, etc.	
2203	NEW Spatial Transformation de conception reposant sur des changements apportés à un environnement physique. Inclut les bureaux, espaces de travail, institutions et espaces publics, réseaux de voyage, lieux de vente, installations, expositions, etc. Le jury recherchera des productions créatives durables qui ont transformé la façon dont le personnel, les clients et le public interagissent ou utilisent l'espace, et la façon dont cela a fait connaître la marque et/ou augmenté le chiffre d'affaires, par exemple.	

Key Information:

- Les juges rechercheront des productions créatives durables ayant suscité des changements opérationnels en améliorant l'efficacité opérationnelle, les expériences des clients/employés; le chiffre d'affaires, etc.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Results, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.


Digital Design

Conception, développement et utilisation de produits numériques et de conceptions de services basés sur la technologie.

super early bird
£192, €269, \$346

early bird
£256, €358, \$461

standard
£320, €448, \$576

Subcategory		Submission Formats 
2301	Products Réalisation globale d'un produit numérique, ou d'éléments de ce dernier, inclus l'interface utilisateur, l'expérience utilisateur, la navigation, la réactivité, la disposition et l'identité visuelle. Les produits numériques inclus mais ne sont pas limité aux sites Web, les applications et les plates-formes.	Mandatory 1 URL Optional 1 Presentation Film
2302	Connected Experiences Conception destinée à être diffusée dans des points de contact connectés en plus du Web et du format mobile. Inclut les appareils domestiques, les technologies portatives et les capteurs. Le jury évaluera la réalisation globale, la mesure dans laquelle l'appareil améliore l'efficacité des processus pour l'utilisateur et, le cas échéant, l'interface utilisateur, l'expérience utilisateur, la réactivité, la disposition et l'identité visuelle.	
2303	Immersive Experiences Expériences numériques multisensorielles créant des environnements immersifs. Peuvent être interactives ou non. Inclut la réalité augmentée, la réalité virtuelle, les installations et les projections. Le jury évaluera la réalisation globale et, le cas échéant, l'interface utilisateur, l'expérience utilisateur, la réactivité, la disposition et l'identité visuelle.	
2304	Incremental Plate-forme, site Web ou application pré-existant(e) ayant fait l'objet de mises à jour logicielles continues. Les candidats doivent démontrer le changement progressif au fil du temps et donner des exemples de nouvelles fonctionnalités. Le jury évaluera la réalisation globale et, le cas échéant, l'interface utilisateur, l'expérience utilisateur, la réactivité, la disposition et l'identité visuelle.	
2305	Inclusive NEW Produits, services et expériences numériques conçus pour tout le monde, quels que soient l'âge et les aptitudes de l'utilisateur et la situation.	
2306	Service Digitisation Conception de service prenant un service analogue et lui donnant vie au format numérique. Pour des services nouveaux ou déjà existants. > Si vous faites référence à des points de contact non numériques, veuillez fournir des preuves de ces derniers.	
2307	New Service Design & Activation Conception, lancement et mise à l'échelle d'un nouveau service numérique. > Si vous faites référence à des points de contact non numériques, veuillez fournir des preuves de ces derniers.	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Digital Design



super early bird
£192, €269, \$346

early bird
£256, €358, \$461

standard
£320, €448, \$576

Subcategory		Submission Formats ⓘ
2308	<p>Service Design Relaunch</p> <p>Conception de service existant relancée ou actualisée.</p> <p>> Si vous faites référence à des points de contact non numériques, veuillez fournir des preuves de ces derniers.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 URL</p> <p>Optional</p> <p>1 Presentation Film</p>
2309	<p>Use of Data</p> <p>Utilisation de données pour inspirer une idée créative ou améliorer l'expérience utilisateur.</p>	
2310	<p>Innovation</p> <p>Pour les œuvres qui repoussent les limites de la conception numérique.</p>	
2311	<p>Beta</p> <p>NEW Conception numérique toujours en phase bêta.</p> <p>> Les œuvres présentées ici peuvent uniquement recevoir un Award allant jusqu'au Pencil Wood et ne seront éligibles dans aucune autre catégorie Award hors Future Impact (sous réserve du respect des critères correspondants).</p>	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Graphic Design

Conception graphique commerciale pour toutes les plates-formes. Inclut la visualisation de données et les conceptions imprimées, numériques, environnementales et en mouvement.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£84, €118, \$151

early bird
£112, €157, \$202

standard
£140, €196, \$252

Multi **M**

super early bird
£144, €202, \$259

early bird
£192, €269, \$346

standard
£240, €336, \$432

Subcategory	Submission Formats i
<p>2401 Integrated M</p> <p>Lorsqu'une seule conception graphique est utilisée sur plusieurs formats. Le jury évaluera l'efficacité de la communication visuelle sur tous les formats.</p>	<p>Mandatory</p> <p>Two or more of the below:</p> <p>Mounted Poster/s (up to A1)*</p> <p>Unmounted Poster/s (larger than A1 or double sided)*</p> <p>Physical Material*</p> <p>1 URL</p> <p>1-5 Film</p> <p>1-10 Images</p> <p>Optional</p> <p>1-4 A2 Presentation Boards</p> <p>–</p> <p>*1-5 Reference Images will be required for physical submissions only</p>
<p>2402 Posters S M</p> <p>Affiches axées sur l'aspect graphique, à la fois au format papier et numérique. Peuvent être recto uniquement ou recto verso.</p> <p>> Cette catégorie ne concerne pas les publicités. Veuillez présenter ce type d'œuvres dans la catégorie Press & Outdoor.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One of the below:</p> <p>Mounted Poster/s (up to A1)*</p> <p>Unmounted Poster/s (larger than A1 or double sided)*</p> <p>1 Film per execution (for digital sites)</p> <p>–</p> <p>*1-5 Reference Image per execution will be required for printed posters only</p>
<p>2403 Annual Reports S M</p> <p>Conception graphique de rapports portant sur l'activité de l'entreprise.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or both of the below:</p> <p>Physical Material*</p> <p>1 URL per execution (for digital elements)</p> <p>–</p> <p>*1-5 Reference Images per execution will be required for Physical Material</p>

Key Information:

- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Graphic Design

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£84, €118, \$151

early bird
£112, €157, \$202

standard
£140, €196, \$252

Multi **M**

super early bird
£144, €202, \$259

early bird
£192, €269, \$346

standard
£240, €336, \$432

Subcategory		Submission Formats i
2404	Catalogues & Brochures SM Conception graphique de catalogues, brochures, manuels, notices d'utilisation et guides de référence.	Mandatory Physical Material* – *1-5 Reference Images per execution will be required for Physical Material
2405	Direct Mail SM Conception graphique de courrier physique suscitant une réponse directe. Inclut les livraisons à domicile, les lettres, les cartes postales et les lots de courriers.	
2406	Stationery SM Conception graphique d'éléments de papeterie. Inclut les cartes de visite, invitations, timbres et calendriers.	
2407	Records SM Conception graphique de pochettes de disques et d'albums.	
2408	Games SM Conception graphique de jeux imprimés, par exemple cartes à jouer, jeux de société et puzzles. Inclut les jeux promotionnels destinés à engager les publics.	
2409	Applied Print Graphics SM Conception d'éléments qui ne sont pas compris dans les autres catégories tels que les tickets, menus, tasses, sac de courses, vêtements, pièces de monnaie, bouteilles, vêtements.	Mandatory 1 Film per execution
2410	Motion Design SM Conception graphique en mouvement.	
2411	Websites & Apps S Conception graphique créée pour des sites Web, des plates-formes numériques et des applications. Les éléments graphiques seront évalués (et non la conception de l'expérience ou de l'interface utilisateur).	
2412	Data Visualisation SM Représentation graphique de données. Peut être physique ou numérique. Les données doivent être exprimées de façon à ce qu'elles soient plus simples à comprendre.	Mandatory One or both of the below: Physical Material* 1 URL per execution (for digital elements) – *1-5 Reference Images per execution will be required for Physical Material

Key Information:

- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Graphic Design



Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£84, €118, \$151

early bird
£112, €157, \$202

standard
£140, €196, \$252

Multi **M**

super early bird
£144, €202, \$259

early bird
£192, €269, \$346

standard
£240, €336, \$432

Subcategory		Submission Formats i
2413	Environmental M Signalisation, orientation et informations graphiques. Inclut les conceptions graphiques qui agrémentent un espace, généralement de grandes tailles, tel que les éléments graphiques d'expositions, d'hôpitaux, de bureaux et de magasins.	Mandatory One of the below: 1-6 A2 Presentation Boards 1-10 Presentation Images
2414	Self Promotion S M Conception graphique créée par le candidat pour promouvoir ses produits et services.	Mandatory One or more of the below: Physical Material* 1 URL 1-5 Film 1-10 Images – *1-5 Reference Images will be required for physical submissions only

Key Information:

- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Magazine & Newspaper Design

Conception de magazines ou de journaux, ou d'éléments de ces derniers. À la fois pour des publications numériques et papier. Inclut les éditions spéciales et les suppléments.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£24, €34, \$43

early bird
£32, €45, \$58

standard
£40, €56, \$72

Multi **M**

super early bird
£54, €76, \$97

early bird
£72, €101, \$130

standard
£90, €126, \$162

Subcategory		Submission Formats i
2501	Trade Magazines S M Conception de magazines interentreprises ou spécialisés dans une industrie ou un secteur d'activité entiers. Les magazines peuvent être numériques ou imprimées.	Mandatory One or both of the below: Printed Publication/s* 1 URL per execution (for digital elements) – *1-5 Reference Images per execution will be required for Printed Publication/s
2502	Consumer Magazines S M Conception de magazines de consommateurs disponibles dans les principaux points de vente. Les magazines d'éditeurs indépendants doivent être présentés dans la catégorie Independent Magazines. Les magazines peuvent être numériques ou imprimées.	
2503	Independent Magazines S M Conception de magazines de propriété indépendante entiers, y compris les magazines uniquement disponibles dans une sélection de boutiques ou de diffusion restreinte. Les magazines peuvent être numériques ou imprimées.	
2504	Magazine Front Covers S M Conception de couvertures de magazines indépendants, destinés aux consommateurs ou portant sur le business. Les magazines peuvent être numériques ou imprimées.	
2505	Magazine Spreads & Sections S M Conception de sections entières ou de magazines entiers. Les extensions doivent être composées de pages adjacentes qui forment une seule et même unité. Les magazines peuvent être numériques ou imprimées.	
2506	Newspapers S M Publications entières, généralement au format papier et distribuées tous les jours ou toutes les semaines. Les publications peuvent être numériques ou imprimées.	
2507	Newspaper Front Pages S M Conceptions de couvertures de publications entières, généralement au format papier et distribuées tous les jours ou toutes les semaines. Les publications peuvent être numériques ou imprimées.	
2508	Newspaper Spreads & Sections S M Conception de sections de journaux entières ou de journaux entiers. Les extensions doivent être composées de pages adjacentes qui forment une seule et même unité. Les publications peuvent être numériques ou imprimées.	
2509	Supplements S M Conception de sections séparées accompagnant un journal ou un magazine, généralement à des fins publicitaires. Les suppléments peuvent être numériques ou imprimés.	

Key Information:

- Cette catégorie ne concerne pas les publicités destinées à la presse. Merci de présenter celles-ci dans la catégorie Press & Outdoor.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Print Run, Publication, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Magazine & Newspaper Design



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S		Multi M
<i>super early bird</i>	£24, €34, \$43	<i>super early bird</i>
<i>early bird</i>	£32, €45, \$58	<i>early bird</i>
<i>standard</i>	£40, €56, \$72	<i>standard</i>

Subcategory		Submission Formats ⓘ
2510	Special Issues S M NEW Conception de magazines ou journaux entiers en édition unique et non diffusés régulièrement. Inclut les éditions spéciales de publications régulières, généralement portant sur un seul sujet ou thème. Peuvent être numérique ou imprimés.	Mandatory One or both of the below: Printed Publication/s* 1 URL per execution (for digital elements) – *1-5 Reference Images per execution will be required for Printed Publication/s
2511	Special Issue Covers S M NEW Conception de couverture de magazines ou journaux entiers en édition unique et non diffusés régulièrement. Inclut les éditions spéciales de publications régulières, généralement portant sur un seul sujet ou thème. Peuvent être numérique ou imprimés.	

Key Information:

- Cette catégorie ne concerne pas les publicités destinées à la presse. Merci de présenter celles-ci dans la catégorie Press & Outdoor.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Print Run, Publication, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Packaging Design

Conception novatrice pour tous les types d'emballages, des produits de luxe aux produits de consommation.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£84, €118, \$151

early bird
£112, €157, \$202

standard
£140, €196, \$252

Multi **M**

super early bird
£144, €202, \$259

early bird
£192, €269, \$346

standard
£240, €336, \$432

Subcategory		Submission Formats i
2601	Luxury S M Emballages de marques haut de gamme ou d'articles de luxe.	Mandatory Physical Material* Optional 1 Image of packaging in situ per execution 1 Image of packaging before rebrand per execution (for 2604 Rebrand) *1-5 Reference Images per execution will be required for Physical Material
2602	Limited Edition S M Emballages d'éditions limitées d'un produit ou d'un emballage.	
2603	Consumer S M Emballages de produits FMCG (grande consommation), d'électronique grand public et autres produits disponibles dans les principaux espaces de vente.	
2604	Rebrand S M Rafranchissement d'un produit ou d'une gamme de produits existant(e). > Veuillez fournir des images de l'ancienne identité.	
2605	Structural S M La forme d'un élément de l'emballage avec un accent mis sur la fonctionnalité. Inclut les éléments structurels à des fins d'inclusivité.	
2606	Materials S M Conception d'emballages utilisant des matériaux durables. Par exemple, chaque élément de l'emballage est fabriqué de façon durable, ou est recyclable, réutilisable, reconditionné ou remis à neuf. Le jury regardera à la fois les matériaux et les processus de fabrication utilisés.	
2607	Promotional S M Emballage distribué dans le cadre d'un événement promotionnel, d'une ruse publicitaire ou d'une campagne marketing. Généralement en édition limitée, pas disponible dans le commerce, sans code-barre ou identifiant de vente.	

Key Information:

- Veuillez uniquement présenter l'emballage diffusé, sans élément supplémentaire.
- À l'exception de la catégorie Promotional, toutes les œuvres présentées doivent avoir été diffusées avec un code-barres ou identifiant de vente.
- Les textes en langue étrangères présents sur l'emballage doivent être assortis de leur traduction.
- Des images de l'œuvre in situ aideront le jury à évaluer l'œuvre. Nous vous invitons à en fournir dans la mesure du possible.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Materials, Manufacture, Display, Cultural Context. For relevant subcategories: Distribution, Sustainability. See [page 84](#) for more information.

Product Design

Conception de produits commerciaux physiques.

Tout produit physique peut être présenté, des articles ménagers aux moyens de transport.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird

£144, €202, \$259

early bird

£192, €269, \$346

standard

£240, €336, \$432

Multi **M**

super early bird

£216, €302, \$389

early bird

£288, €403, \$518

standard

£360, €504, \$648

Subcategory		Submission Formats i
2701	Homeware SM Par exemple, les meubles, les sièges, les éclairages, les ustensiles, les produits connectés à base de technologie et les objets décoratifs à usage domestique.	Mandatory One of the below: 1-10 Images 1 Presentation Film
2702	Everyday Consumer Products SM Par exemple les brosses à dents, les sèche-cheveux, les stylos et les réveils.	
2703	Leisure & Sports SM Par exemple les équipements de sport ou de camping, les produits pour animaux et les produits connectés servant à mesurer l'état de santé.	
2704	Consumer & Wearable Technology SM Les technologies de consommation incluent les télévisions, les divertissements à domicile, les appareils photo, les téléphones, les ordinateurs, les consoles de jeux et les appareils et accessoires. Les technologies portatives incluent les écouteurs, les montres, les lunettes de vue, les podomètres, les appareils de réalité virtuelle et les produits connectés.	
2705	Assisted Living & Health SM Inclut les produits et technologies destinés aux personnes âgées et handicapées aidant à améliorer la vie personnelle. Inclut également les produits de santé personnels tels que les thermomètres intelligents, les systèmes de dosage de médicaments et les outils de rééducation.	
2706	Workplace, Retail & Industrial SM Produits destinés à un environnement professionnel, par exemple une usine, un hôpital ou un bureau. Inclut les équipements de santé et médicaux, les meubles, les sièges, les éclairages, les raccords, les instruments de rédaction et tous les autres produits destinés à être utilisés sur le lieu de travail.	
2707	Public Space & Transport SM Meubles et produits destinés à être utilisés dans des lieux publics tels que des hôtels, des parcs, des terrains de jeu, des magasins et des restaurants. Inclut les éclairages publics, les accessoires et les produits destinés aux bus, voitures, trains et bateaux.	
2708	Sustainable SM Conception de produit et fabrication axées sur la durabilité. Par exemple, chaque élément du produit est fabriqué de façon durable, ou est recyclable, réutilisable, reconditionné ou remis à neuf, ou le produit a une durée de vie permettant de réduire la quantité de déchets qui serait sinon produits, par exemple les tasses de café réutilisables. Le jury regardera à la fois les matériaux et les processus de fabrication utilisés.	

Key Information:

- Veuillez uniquement présenter l'emballage diffusé, sans élément supplémentaire.
- À l'exception des catégories Promotional et Prototypes, toutes les œuvres présentées doivent avoir été diffusées avec un code-barres ou identifiant de vente.
- L'option Multi est pour lorsqu'il y a plus d'un élément (p. ex., le même produit en différentes couleurs ou tailles).

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Materials, Manufacture, Cultural Context. For relevant subcategories: Sustainability.

See [page 84](#) for more information.

Product Design



Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£144, €202, \$259

early bird
£192, €269, \$346

standard
£240, €336, \$432

Multi **M**

super early bird
£216, €302, \$389

early bird
£288, €403, \$518

standard
£360, €504, \$648

Subcategory		Submission Formats i
2709	Inclusive SM Produits accessibles pour toute une gamme d'utilisateurs, quels que soient leurs capacités, âge, sexe ou autres caractéristiques démographiques. Les produits peuvent par exemple disposer de fonctions faciles à utiliser ou dont l'utilisation ne nécessite qu'une seule main.	Mandatory One of the below: 1-10 Images 1 Presentation Film
2710	Promotional SM Produits distribués dans le cadre d'un événement promotionnel, d'une ruse publicitaire ou d'une campagne marketing. Généralement en édition limitée et non vendu ou disponible dans le commerce. > Cette sous-catégorie est pour les produits promotionnels uniquement. Les emballages doivent être présentés dans la catégorie Packaging Design.	
2711	Prototypes SM Prototypes de produits commercialement viables, utiles et pouvant être diffusés dans les six mois. > Les œuvres présentées ici peuvent uniquement recevoir un Award allant jusqu'au Pencil Wood et ne seront éligibles dans aucune autre catégorie Award hors Future Impact (sous réserve du respect des critères correspondants).	

Key Information:

- Veuillez uniquement présenter l'emballage diffusé, sans élément supplémentaire.
- À l'exception des catégories Promotional et Prototypes, toutes les œuvres présentées doivent avoir été diffusées avec un code-barres ou identifiant de vente.
- L'option Multi est pour lorsqu'il y a plus d'un élément (p. ex., le même produit en différentes couleurs ou tailles).

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Materials, Manufacture, Cultural Context. For relevant subcategories: Sustainability.

See [page 84](#) for more information.

Spatial Design

Conception d'environnements ou d'installations permanent(e)s ou temporaires. Inclut les lieux, services et événements améliorant l'expérience client.

super early bird

£144, €202, \$259

early bird

£192, €269, \$346

standard

£240, €336, \$432

Subcategory		Submission Formats i
2801	Exhibitions Conception d'expositions permanentes ou temporaires.	Mandatory One of the below: 1-10 Images 1 Presentation Film
2802	Expo & Trade Shows Conception de stands et d'expositions commerciales. > Les conceptions d'expositions doivent être présentées dans la sous-catégorie Expositions.	
2803	Set & Stage Conception de décors de théâtre, film ou télévision et pour des événements d'entreprise ou commerciaux.	
2804	Installations Installations temporaires ou permanentes pour les clients commerciaux. Peuvent être interactives ou non. Peuvent être indépendantes ou faire partie d'une plus grande exposition. Peuvent également être un environnement entièrement immersif. > Cette catégorie ne concerne pas les publicités ambiantes ou les œuvres uniquement basées sur le Web.	
2805	Hospitality Inclut notamment les hôtels, discothèques, bars et restaurants. Le jury évaluera l'efficacité opérationnelle et l'aspect esthétique de l'espace.	
2806	Workplace Bureaux et lieux de travail. Le jury évaluera l'efficacité opérationnelle et l'aspect esthétique de l'espace.	
2807	Retail Conception d'espaces de vente, inclut les intérieurs, les boutiques éphémères et permanentes, le merchandising visuel et les vitrines. Le jury évaluera l'efficacité opérationnelle et l'aspect esthétique de l'espace. > Les installations de vente indépendantes doivent être présentées dans la catégorie Installations.	
2808	Public Spaces Inclut notamment les bibliothèques, centres de loisirs, musées, hôpitaux, lieux de culte, parcs, toilettes publiques, bâtiments gouvernementaux. Le jury évaluera l'efficacité opérationnelle et l'aspect esthétique de l'espace.	
2809	Low Budget Pour les œuvres considérées à faible budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer votre budget ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.	

Key Information:

- À l'exception de la catégorie Low Budget, chaque élément de l'œuvre peut uniquement être présenté dans les sous-catégories Spatial Design.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Budget. See [page 84](#) for more information.

Type Design NEW

La conception de styles de polices uniques et de familles de polices. Inclut les polices traditionnelles, san serif, calligraphiques, d'affichage et combinant plusieurs styles.

super early bird
£84, €118, \$151

early bird
£112, €157, \$202

standard
£140, €196, \$252

Subcategory		Submission Formats i
2901	Traditional Conception de typographie ayant la marque de la famille de polices classique Serif et les styles similaires en dehors des langues latines (arabe, chinois, grec, etc.).	Mandatory 1-10 Presentation Images
2902	Sans Serif Conception de typographie basée sur le style simple de San Serif, qui manque d'éléments graphiques tels que les sérifs et généralement avec un faible contraste.	
2903	Script Conception de typographie semblant être à la main. Inclut notamment les scripts basés sur des styles calligraphiques et manuels.	
2904	Display Conception de typographie destinée à être utilisée à grande échelle axé sur un impact visuel ou un aspect ludique. Ne doit pas être confondue avec les typographies destinées aux écrans numériques.	
2905	Multi-Style Conception de typographie déclinée en plusieurs styles réunis dans une même famille. Ici, les candidatures ne peuvent être placées dans une seule des catégories ci-dessus.	

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Use of Type, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Animation

Images, structures ou textes manipulés image par image pour les projets de conception commerciale, de jeu vidéo et de publicité.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Multi **M**

super early bird
£486, €680, \$875

early bird
£648, €907, \$1166

standard
£810, €1134, \$1458

Subcategory		Submission Formats i
3001	2D Computer-Generated S M Animation générée par ordinateur créant un mouvement dans un espace bidimensionnel.	Mandatory 1 Film per execution Optional: 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins 1 Making of Film* 1-5 Images* 1 PDF* – *Please include supporting material to help the Jury understand the concept and how it was brought to life. For example, a making of film or initial sketches
3002	3D Computer-Generated S M Animation générée par ordinateur créant un mouvement dans un espace tridimensionnel.	
3003	Traditional S M Animation utilisant des techniques traditionnelles gourmandes en temps. Inclut l'animation traditionnelle, l'image par image, la peinture sur verre, etc.	
3004	Motion Graphics S M Animation générant un mouvement d'éléments graphiques, par exemple une illustration ou du texte.	
3005	Characters & Creatures S M Animation de personnages, de modèles de personnages, d'avatars ou de créatures axée sur une idée.	
3006	Mixed Media S M Animation sur plusieurs médias, par exemple films d'animation en direct.	
3007	NEW New Realities & Emerging Media S M Animation où la réalité augmentée, virtuelle, mixte ou avancée ou des médias émergents jouent un rôle clé dans la transmission de l'idée. Pour les œuvres à la pointe qui transforment la façon dont les marques utilisent l'art pour interagir avec les consommateurs. Inclut les géofiltres, les Lenses de marque, les hologrammes.	
3008	NEW Low Budget S M Pour les œuvres considérées à petit budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer le budget de la production ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. For relevant subcategories: Budget. See [page 84](#) for more information.

Art Direction

Conception générale, direction visuelle et style pour des campagnes ou des éléments de ces dernières. Inclut les œuvres diffusées en ligne, sur des plates-formes numériques, au format papier, à la télévision, etc.

Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S		Multi M
<i>super early bird</i>	£216, €302, \$389	<i>super early bird</i>
<i>early bird</i>	£288, €403, \$518	<i>early bird</i>
<i>standard</i>	£360, €504, \$648	<i>standard</i>

Subcategory		Submission Formats ⓘ
3101	Integrated S M Direction artistique de campagnes intégrées. Inclut à la fois les œuvres numériques et imprimées.	Mandatory 1 Presentation Film
3102	Digital S M Direction artistique pour des plates-formes numériques, par exemple des applications, sites Web, pages d'accueil, pop-ups, publications sponsorisées, vidéos publicitaires, annonces en début de flux, takeovers et compétitions. > Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo.	Mandatory One of the below: 1 URL per execution 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
3103	Film S M Direction artistique pour les réseaux sociaux, des services de VOD, la télévision, le cinéma ou d'autres écrans.	Mandatory 1 Film per execution



Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.
- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:
For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. **For relevant subcategories:** Placement, Timeline, Distribution.
 See [page 84](#) for more information.

Art Direction



Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird

£216, €302, \$389

early bird

£288, €403, \$518

standard

£360, €504, \$648

Multi **M**

super early bird

£360, €504, \$648

early bird

£480, €672, \$864

standard

£600, €840, \$1080

Subcategory

3104 **Direct **S** **M****

Direction artistiques de produits marketing ciblés conçus pour susciter une réponse directe des utilisateurs. Inclut les œuvres numériques, imprimées, par courrier et cinématographiques.

> Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo.

Submission Formats **i**

Digital

Mandatory

One of the below:

1 URL per execution

1 Film per execution

Film

Mandatory

1 Film per execution

Optional

1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins

Printed Material/

Inserts & Wraps

Mandatory

1-5 Images per execution

Press

Mandatory

1 Image per execution

Optional

1 Image in situ per execution

Outdoor

Mandatory

One or both of the below:

1 Image per execution

1 Film per execution (for digital sites)

Optional

1 Image in situ per execution

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.
- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Distribution.

See [page 84](#) for more information.



Art Direction



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
super early bird £216, €302, \$389	super early bird £360, €504, \$648	
early bird £288, €403, \$518	early bird £480, €672, \$864	
standard £360, €504, \$648	standard £600, €840, \$1080	

Subcategory		Submission Formats ⓘ
3105	Press S M Direction artistique de publicités parues dans la presse, d'encarts et d'emballages.	Press Mandatory 1 Image per execution Optional 1 Image in situ per execution Inserts & Wraps Mandatory 1-5 Images per execution
3106	Outdoor S M Direction artistique d'espaces extérieurs, par exemple les affiches papier et numériques, les constructions spéciales et les sites numériques.	Mandatory One or both of the below: 1 Image per execution 1 Film per execution (for digital sites) Optional 1 Image in situ per execution
3107	Experiential S NEW Direction artistique d'activations déclenchées par une expérience.	Mandatory 1 Presentation Film
3108	Gaming S NEW Direction artistique de jeux de marques ou d'éléments de jeux de marques. Inclut l'e-sport et les jeux mobiles et en ligne.	Mandatory 1 URL Optional 1 Walkthrough Demo Film

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.
- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Distribution.

See [page 84](#) for more information.

Casting

Inclut les castings pour les œuvres imprimées, audio et cinématographiques.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Multi **M**

super early bird
£486, €680, \$875

early bird
£648, €907, \$1166

standard
£810, €1134, \$1458

Subcategory		Submission Formats i
3201	Film S M Casting pour toutes les vidéos publicitaires. Inclut les œuvres créées pour des utilisations en ligne et hors ligne, ceci comprenant les réseaux sociaux, le cinéma, la télévision, les services de VOD, les expositions, les événements, les expériences immersives, etc.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
3202	Print S M Casting pour les œuvres imprimées. Inclut les publicités imprimées, les livres, les affiches et les emballages.	Press & Poster Mandatory 1 Image per execution Printed Material Mandatory 1-5 Images per execution
3203	Events S M NEW Casting pour des événements en direct. Inclut les ruses publicitaires, les expériences immersives, les événements diffusés en direct.	Mandatory 1 Presentation Film
3204	Street Casting S M Casting composé d'acteurs non professionnels, généralement trouvés dans la rue.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
3205	Voice S M Lorsque l'utilisation d'une performance vocale est essentielle pour le succès d'un œuvre. Inclut les annonceurs et la narration.	Mandatory One of the below: 1 Film per execution 1 Audio per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins
3206	Performance S M NEW Lorsque l'utilisation d'une performance est essentielle pour le succès d'un œuvre. > Si la performance vocale constitue l'élément central, l'œuvre doit être présentée dans la sous-catégorie Voice.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité les décisions de casting dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Approach, Cultural Context. For relevant subcategories: Script. See [page 84](#) for more information.

Cinematography

Récompense la cinématographie exceptionnelle pour des projets de publicité et de conception commerciale où l'art permet de donner vie à une idée créative.

Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
super early bird £288, €403, \$518	super early bird £486, €680, \$875	
early bird £384, €538, \$691	early bird £648, €907, \$1166	
standard £480, €672, \$864	standard £810, €1134, \$1458	

Subcategory	Submission Formats i
<p>3301 Film S M</p> <p>Cinématographie pour vidéo publicitaire. Inclut les œuvres créées pour des utilisations en ligne et hors ligne, ceci comprenant les réseaux sociaux, le cinéma, la télévision, les services de VOD, les expositions, les événements, les expériences immersives, etc.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Film per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins</p>
<p>3302 Entertainment S M</p> <p>Cinématographie pour divertissement de marque ou financé par une marque. Inclut les clips musicaux, les documentaires, les jeux, les compétitions, les performances en direct, etc.</p>	
<p>3303 Promotions S M</p> <p>Cinématographie pour promotions de programmes, idents et sponsorship bumpers.</p>	
<p>3304 Sequences S M</p> <p>Cinématographie pour séquences d'ouverture et de fin. Inclut les séquences animées.</p>	
<p>3305 Visual Effects S M</p> <p>NEW Cinématographie où les effets visuels occupent une place centrale de l'œuvre.</p>	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Craft, Approach, Cultural Context. For relevant subcategories: Budget.

See [page 84](#) for more information.

Direction

Récompense la direction exceptionnelle de projets de publicité et de conception commerciale où l'art permet de donner vie à une idée créative.

Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
super early bird £288, €403, \$518	super early bird £486, €680, \$875	
early bird £384, €538, \$691	early bird £648, €907, \$1166	
standard £480, €672, \$864	standard £810, €1134, \$1458	

Subcategory	Submission Formats i
<p>3401 Film S M</p> <p>Direction de vidéo publicitaire. Inclut les œuvres créées pour des utilisations en ligne et hors ligne, ceci comprenant les réseaux sociaux, le cinéma, la télévision, les services de VOD, les expositions, les événements, les expériences immersives, etc.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Film per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins</p>
<p>3402 Scripted Entertainment S M</p> <p>Direction de divertissement de marque ou financé par une marque scripté. Inclut les films, les clips musicaux, les jeux, les compétitions, les performances en direct, etc.</p>	
<p>3403 Non-Scripted Entertainment S M</p> <p>Direction de divertissement de marque ou financé par une marque non scripté. Inclut les documentaires, les clips musicaux, les jeux, les compétitions, les performances en direct, etc.</p>	
<p>3404 Promotions S M</p> <p>Direction de promotions de programmes, idents et sponsorship bumpers.</p>	
<p>3405 Sequences S M</p> <p>Direction de séquences d'ouverture et de fin. Inclut les séquences animées.</p>	
<p>3406 User Generated Content S M</p> <p>NEW Direction intégrant du contenu généré par les utilisateurs dans le produit fini. Inclut les contenus trouvés, les contenus envoyés pour des compétitions, les contenus créés et partagés par les clients, etc.</p>	
<p>3407 Low Budget S M</p> <p>NEW Pour les œuvres considérées à faible budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer le budget de la production ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.</p>	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. For relevant subcategories: Budget. See [page 84](#) for more information.

Editing

Récompense les montages exceptionnels pour des projets de publicité et de conception commerciale où l'art permet de donner vie à une idée créative.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Multi **M**

super early bird
£486, €680, \$875

early bird
£648, €907, \$1166

standard
£810, €1134, \$1458

Subcategory		Submission Formats i
3501	Film S M Édition de vidéo publicitaire. Inclut les œuvres créées pour des utilisations en ligne et hors ligne, ceci comprenant les réseaux sociaux, le cinéma, la télévision, les services de VOD, les expositions, les événements, les expériences immersives, etc.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins
3502	Entertainment S M Édition de divertissement de marque ou financé par une marque. Inclut les clips musicaux, les documentaires, les jeux, les compétitions, les performances en direct, etc.	
3503	Promotions S M Édition de promotions de programmes, idents etsponsorship bumpers.	
3504	Sequences S M Édition de séquences d'ouverture et de fin. Inclut les séquences animées.	
3505	Visual Effects S M NEW Édition où les effets visuels occupent une place centrale de l'œuvre.	
3506	User Generated Content S M NEW Édition intégrant principalement du contenu généré par les utilisateurs pour créer le produit fini. Inclut les contenus trouvés, les contenus envoyés pour des compétitions, les contenus créés et partagés par les clients, etc.	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Medium, Editing, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline.

See [page 84](#) for more information.

Illustration

Récompense les illustrations artistiques exceptionnelles pour des projets de publicité et de conception commerciale où l'art permet de donner vie à une idée créative.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£60, €84, \$108

early bird
£80, €112, \$144

standard
£100, €140, \$180

Multi **M**

super early bird
£120, €168, \$216

early bird
£160, €224, \$288

standard
£200, €280, \$360

Subcategory		Submission Formats i
3601	Integrated M Projets où une idée d'illustration centrale est utilisée pour plusieurs médias, par exemple dans des magazines, en ligne et sur des emballages.	Mandatory One or more of the below: 1 URL 1-5 Film 1-10 Images
3602	Digital S M Illustration créée pour être diffusée sur des plates-formes numériques. Inclut des sites Web, applications, jeux et réseaux sociaux. > Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo.	Mandatory One of the below: 1 URL per execution 1 Film per execution
3603	Posters S M Affiches axées sur l'illustration, à la fois au format papier et numérique. Peuvent être recto uniquement ou recto verso.	Mandatory One or both of the below: 1 Image per execution 1 Film per execution (for digital sites) Optional 1 Image in situ per execution
3604	Press S M Publicités de presse axées sur l'illustration.	Mandatory 1 Image per execution Optional 1 Image in situ per execution
3605	Packaging S M Illustration pour emballage. > Toutes les œuvres présentées doivent avoir été diffusées avec un code-barres ou un identifiant de vente, hors éléments promotionnels.	Mandatory 1-5 Images per execution Optional 1 Image of packaging in situ per execution
3606	Printed Materials S M Illustration destinée à être exposée sur d'autres œuvres imprimées, Inclut la papeterie, les tracts, les brochures, les cartes de remerciement, les calendriers, les pochettes de disques, les timbres, les jeux, les emballages de publications et les encarts.	Mandatory 1-5 Images per execution



Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Medium, Editing, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline.

See [page 84](#) for more information.

Illustration



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
<i>super early bird</i> £60, €84, \$108	<i>super early bird</i> £120, €168, \$216	
<i>early bird</i> £80, €112, \$144	<i>early bird</i> £160, €224, \$288	
<i>standard</i> £100, €140, \$180	<i>standard</i> £200, €280, \$360	

Subcategory		Submission Formats ⓘ
3607	Publications S M Illustration pour publications comprenant les livres, couvertures de livres, livres électroniques, romans graphiques, magazines, journaux, couvertures, sections, extensions et suppléments.	Mandatory One or both of the below: 1-5 Images per execution 1 URL per execution (for digital elements)
3608	Environmental M Illustration destinée à être exposée à un endroit spécifique. Inclut la signalisation, les éléments graphiques d'exposition, les installations, les façades, le street art et les sites interactifs.	Mandatory One of the below: 1-10 Presentation Images 1 Film per execution (for digital sites)
3609	Animated S M Illustration animée, par exemple vidéos d'entreprise, éléments graphiques de scènes, publicités. Le jury évaluera les illustrations et non l'animation.	Mandatory 1 Film per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Medium, Editing, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline.

See [page 84](#) for more information.

Photography

Récompense les photographies exceptionnelles pour des projets de publicité et de conception commerciale où l'art permet de donner vie à une idée créative.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£120, €168, \$216

early bird
£160, €224, \$288

standard
£200, €280, \$360

Multi **M**

super early bird
£240, €336, \$432

early bird
£320, €448, \$576

standard
£400, €560, \$720

Subcategory		Submission Formats i
3701	<p>Portraits S M</p> <p>Œuvre où la photographie de portrait est utilisée sur des affiches, livres, magazines, journaux, éléments graphiques extérieurs, ainsi que la photographie présente en ligne, sur les sites Web, les applications et les réseaux sociaux.</p>	<p>Digital</p> <p>Mandatory</p> <p>1 Image per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 URL per execution</p>
3702	<p>Documentary S M</p> <p>Œuvre où la photographie documentaire est utilisée sur des affiches, livres, magazines, journaux, éléments graphiques extérieurs, ainsi que la photographie présente en ligne, sur les sites Web, les applications et les réseaux sociaux. Inclut la photographie urbaine, les reportages et le photojournalisme.</p> <p>> L'image doit être l'originale et non une composition. Veuillez indiquer la source de l'image originale dans votre candidature.</p>	<p>Poster/Press/Printed Material/Environmental</p> <p>Mandatory</p> <p>1 Image per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Image in situ per execution</p>
3703	<p>Still Life & Studio S M</p> <p>Œuvre où la nature morte et la photographie de studio sont utilisées sur des affiches, livres, magazines, journaux, éléments graphiques extérieurs, ainsi que la photographie présente en ligne, sur les sites Web, les applications et les réseaux sociaux. Inclut la photographie d'objets inanimés créée en studio, des voitures ou un décor studio.</p>	<p>Publication</p> <p>Mandatory</p> <p>1 Image per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Image in situ per execution</p> <p>1 URL per execution (for digital elements)</p>
3704	<p>Architecture & Structure S M</p> <p>Œuvre où la photographie de structure et d'architecture est utilisée sur des affiches, livres, magazines, journaux, éléments graphiques extérieurs, ainsi que la photographie présente en ligne, sur les sites Web, les applications et les réseaux sociaux. Inclut la photographie de bâtiments et structures, tant extérieure qu'intérieure.</p>	
3705	<p>Fashion S M</p> <p>Œuvre où la photographie de mode est utilisée sur des affiches, livres, magazines, journaux, éléments graphiques extérieurs, ainsi que la photographie présente en ligne, sur les sites Web, les applications et les réseaux sociaux. Inclut la photographie axée sur les vêtements et autres accessoires de mode.</p>	
3706	<p>Lifestyle S M</p> <p>NEW</p> <p>Œuvre où la photographie sur le style de vie est utilisée sur des affiches, livres, magazines, journaux, éléments graphiques extérieurs, ainsi que la photographie présente en ligne, sur les sites Web, les applications et les réseaux sociaux. Inclut les photographies visant à saisir des événements réels, des comportements et l'art au quotidien.</p>	
3707	<p>Fine Art & Conceptual S M</p> <p>Œuvre où les beaux-arts et la photographie conceptuelle sont utilisés sur des affiches, livres, magazines, journaux, éléments graphiques extérieurs, ainsi que la photographie présente en ligne, sur les sites Web, les applications et les réseaux sociaux. La photographie doit avoir été créée pour exprimer la perception de l'artiste et les images doivent illustrer une idée conceptuelle de manière abstraite, démontrant originalité, expérimentation et imagination.</p>	



Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.
- Si vous présentez la couverture ou une section d'une publication, veuillez nous l'indiquer (à l'aide de post-its) au moment de nous envoyer votre œuvre.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Editing, Placement, Cultural Context. For relevant subcategories: Image Source, Budget.

See [page 84](#) for more information.

Photography



Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£120, €168, \$216

early bird
£160, €224, \$288

standard
£200, €280, \$360

Multi **M**

super early bird
£240, €336, \$432

early bird
£320, €448, \$576

standard
£400, €560, \$720

Subcategory		Submission Formats i
3708	Wildlife & Landscape S M Œuvre où la vie sauvage est utilisée sur des affiches, livres, magazines, journaux, éléments graphiques extérieurs, ainsi que la photographie présente en ligne, sur les sites Web, les applications et les réseaux sociaux. La nature sauvage doit être l'élément principal de la photographie.	Digital Mandatory 1 Image per execution Optional 1 URL per execution Poster/Press/Printed Material/ Enviromental Mandatory 1 Image per execution Optional 1 Image in situ per execution Publication Mandatory 1 Image per execution Optional 1 Image in situ per execution 1 URL per execution (for digital elements)
3709	Digital Compositing S M Photographie créée en associant plusieurs images afin de n'en créer qu'une seule. Le résultat peut être une photo de portrait, de nature morte, de mode, de beaux-arts ou conceptuelle, ou de n'importe lequel des types énoncés ci-dessus. > Vous devrez fournir des références de tous les éléments que vous avez réunis.	
3710 NEW	Staged Image S M Photographie saisissant de façon délibérée des moments mis en scène créés uniquement aux fins d'être photographiés.	
3711 NEW	Low Budget S M Pour les œuvres considérées à faible budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer votre budget ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.
- Si vous présentez la couverture ou une section d'une publication, veuillez nous l'indiquer (à l'aide de post-its) au moment de nous envoyer votre œuvre.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Editing, Placement, Cultural Context. For relevant subcategories: Image Source, Budget.

See [page 84](#) for more information.

Production Design

Récompense les conceptions de production exceptionnelles pour des projets de publicité et de conception commerciale où l'art permet de donner vie à une idée créative.

Entry Prices		* Prices do not include VAT	
Single S		Multi M	
super early bird	£288, €403, \$518	super early bird	£486, €680, \$875
early bird	£384, €538, \$691	early bird	£648, €907, \$1166
standard	£480, €672, \$864	standard	£810, €1134, \$1458

Subcategory		Submission Formats i
3801	Film S M Conception de production de vidéos publicitaires. Inclut les œuvres créées pour des utilisations en ligne et hors ligne, ceci comprenant les réseaux sociaux, le cinéma, la télévision, les services de VOD, les expositions, les événements, les expériences immersives, etc.	Mandatory 1 Film per execution Optional: 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins* 1 Making of Film* 1-5 Images* 1 PDF* – *Please include supporting material to help the Jury understand the concept and how it was brought to life. For example, a making of film or initial sketches
3802	Entertainment S M Conception de production pour divertissement de marque ou financé par une marque. Inclut les clips musicaux, les jeux, les compétitions, les performances en direct, etc.	
3803	Promotions S M Conception de production pour promotions de programmes, identifications, jingles publicitaires.	
3804	Animated S M NEW Conception de production pour animation commerciale.	
3805	Exceptional S M NEW Conception de production donnant vie à une idée avec succès, malgré des conditions et des défis exceptionnels, par exemple contraintes de temps et d'argent, décors sous l'eau ou en lieux hostiles, et certaines configurations de caméras, par exemple prise unique ou utilisant plusieurs caméras. Vous devrez alors indiquer les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie.	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Production Considerations, Solution, Craft, Approach, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Sound Design & Use of Music

Récompense les conceptions sonores et utilisations de musique exceptionnelles pour des projets de jeux vidéo, de publicité et de conception commerciale où l'art permet de donner vie à une idée créative.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird

£288, €403, \$518

early bird

£384, €538, \$691

standard

£480, €672, \$864

Multi **M**

super early bird

£486, €680, \$875

early bird

£648, €907, \$1166

standard

£810, €1134, \$1458

Subcategory	Submission Formats i
<p>3901 Sound Design S M</p> <p>Conception sonore faisant partie intégrante de l'œuvre et qui donne vie à l'idée. Inclut les annonces publicitaires à la télévision et au cinéma, les films de marques en ligne, les séquences d'ouverture, les promotions de programmes télévisés, les identifications et animations, les promotions de films, les contenus de marque, les publicités en ligne et les œuvres en ligne et intégrées à des jeux.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One of the below:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 URL per execution 1 Film per execution 1 Audio per execution <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins
<p>3902 Original Composition S M</p> <p>Musique originale qui a été créée spécifiquement pour permettre de donner vie à une idée créative. Inclut les annonces publicitaires à la télévision et au cinéma, les films de marques en ligne, les séquences d'ouverture, les promotions de programmes télévisés, les identifications et animations, les promotions de films, les contenus de marque, les publicités en ligne et les œuvres en ligne et intégrées à des jeux.</p>	
<p>3903 Existing Music S M</p> <p>Un morceau de musique pré-existant qui donne vie à l'idée et se combine parfaitement avec l'image. Inclut les annonces publicitaires à la télévision et au cinéma, les films de marques en ligne, les séquences d'ouverture, les promotions de programmes télévisés, les identifications et animations, les promotions de films, les contenus de marque, les publicités en ligne et les œuvres en ligne et intégrées à des jeux.</p>	
<p>3904 Adapted Music S M</p> <p>Un morceau de musique pré-existant qui a été adapté, ré-enregistré ou remixé, qui donne vie à l'idée et se combine parfaitement avec l'image. Inclut les annonces publicitaires à la télévision et au cinéma, les films de marques en ligne, les séquences d'ouverture, les promotions de programmes télévisés, les identifications et animations, les promotions de films, les contenus de marque, les publicités en ligne et les œuvres en ligne et intégrées à des jeux.</p>	
<p>3905 Audio Composition S M</p> <p>Composition audio entière comprenant à la fois une conception sonore et de la musique pour un élément de l'œuvre. Inclut les annonces publicitaires à la télévision et au cinéma, les films de marques en ligne, les séquences d'ouverture, les promotions de programmes télévisés, les identifications et animations, les promotions de films, les contenus de marque, les publicités en ligne et les œuvres en ligne et intégrées à des jeux.</p>	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Typography

Récompense les typographies exceptionnelles pour des projets de publicité et de conception commerciale où l'art permet de donner vie à une idée créative. Les conceptions de typographies doivent être présentées dans la nouvelle catégorie Type Design.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£120, €168, \$216

early bird
£160, €224, \$288

standard
£200, €280, \$360

Multi **M**

super early bird
£240, €336, \$432

early bird
£320, €448, \$576

standard
£400, €560, \$720

Subcategory		Submission Formats i
4001	<p>Integrated M</p> <p>Projets où une idée de typographie centrale est utilisée pour plusieurs médias, par exemple dans des magazines, en ligne et sur des emballages.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or more of the below:</p> <p>1 URL 1-5 Film 1-10 Images</p>
4002	<p>Digital S M</p> <p>Typographie créée pour être diffusée sur des plates-formes numériques, Inclut des sites Web, applications, publicités en ligne, jeux et réseaux sociaux.</p> <p>> Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One of the below:</p> <p>1 URL per execution 1 Film per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins</p>
4003	<p>Posters S M</p> <p>Typographies axées sur l'illustration, à la fois au format papier et numérique. Peuvent être recto uniquement ou recto verso.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or both of the below:</p> <p>1 Image per execution 1 Film per execution (for digital sites)</p> <p>Optional</p> <p>1 Image in situ per execution</p>
4004	<p>Press S M</p> <p>Publicités de presse axées sur la typographie.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Image per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Image in situ per execution</p>
4005	<p>Packaging S M</p> <p>Typographie pour emballage.</p> <p>> Toutes les œuvres présentées doivent avoir été diffusées avec un code-barres ou un identifiant de vente, hors éléments promotionnels.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Image per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Image in situ per execution</p>
4006	<p>Printed Materials S M</p> <p>Typographie destinée à être exposée sur une autre œuvre imprimée. Inclut la papeterie, les tracts, les brochures, les cartes de remerciement, les agences, les pochettes de disques, les timbres et les jeux.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1-5 Images per execution</p>



Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline. See [page 84](#) for more information.

Typography



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
<i>super early bird</i> £120, €168, \$216	<i>super early bird</i> £240, €336, \$432	
<i>early bird</i> £160, €224, \$288	<i>early bird</i> £320, €448, \$576	
<i>standard</i> £200, €280, \$360	<i>standard</i> £400, €560, \$720	

Subcategory		Submission Formats ⓘ
4007	Publications S M Typographie pour publications comprenant les livres, couvertures de livres, livres électroniques, romans graphiques, magazines, journaux, couvertures, sections, extensions et suppléments.	Mandatory One or both of the below: 1-5 Images per execution 1 URL per execution (for digital elements)
4008	Environmental M Typographie destinée à être exposée à un endroit spécifique. Inclut la signalisation, les éléments graphiques d'exposition, les installations, les façades, le street art et les sites interactifs.	Mandatory One or both of the below: 1-10 Presentation Images 1 Film per execution (for digital sites)
4009	Kinetic S M Type animé.	Mandatory 1 Film per execution
4010	New Realities & Emerging Media S M NEW Utilisation de type avec réalité augmentée, virtuelle, mixte ou avancée ou des médias émergents. Pour les œuvres à la pointe qui transforment la façon dont les marques utilisent l'art pour interagir avec les consommateurs.	Mandatory One of the below: 1 URL per execution 1 Film per execution

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline. See [page 84](#) for more information.

Visual Effects

Images, film ou texte manipulé ou amélioré par le biais d'effets numériques, pratiques et/ou dans la caméra. Pour les projets de conception commerciale, de jeu vidéo et de publicité.

Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
super early bird £288, €403, \$518	super early bird £486, €680, \$875	
early bird £384, €538, \$691	early bird £648, €907, \$1166	
standard £480, €672, \$864	standard £810, €1134, \$1458	

Subcategory		Submission Formats i
4101	Colour Grading S M L'amélioration ou l'altération de la couleur d'une image animée, y compris la correction des couleurs et les effets chromatiques artistiques.	Mandatory 1 Film per execution Optional: 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins* 1 Making of Film* 1-5 Images* 1 PDF* – *Please include supporting material to help the Jury understand the concept and how it was brought to life. For example, a making of film or initial sketches
4102	Compositing S M La combinaison d'au moins deux éléments visuels, provenant de sources séparées et intégrés dans le même cadre. > Vous devrez fournir des références de tous les éléments que vous avez réunis.	
4103	Computer-Generated S M Effets créés par ordinateur ajoutés en post-production. > Les animations de créatures ou de personnages doivent être présentées dans la catégorie Animation.	
4104	Practical Effects S M Effets créés au moment du tournage, par exemple explosions, pyrotechnique, effets atmosphériques, utilisation de prothèses, mise à l'échelle et accessoires/décors mécanisés. Inclut les effets dans la caméra ajoutés en manipulant la caméra ou des éléments de cette dernière.	
4105	New Realities & Emerging Media S M NEW Effets visuels où la réalité augmentée, virtuelle, mixte ou avancée ou des médias émergents jouent un rôle clé dans la transmission de l'idée. Pour les œuvres à la pointe qui transforment la façon dont les marques utilisent l'art pour interagir avec les consommateurs. Inclut les géofiltres, les Lenses de marque, les hologrammes.	
4106	Low Budget S M NEW Pour les œuvres considérées à petit budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer le budget de la production ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.	

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.


You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Craft, Approach, Cultural Context. For relevant subcategories: Budget. See [page 84](#) for more information.

Writing for Advertising

Rédaction faisant partie intégrante d'une communication marketing.

Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
<i>super early bird</i> £120, €168, \$216	<i>super early bird</i> £240, €336, \$432	
<i>early bird</i> £160, €224, \$288	<i>early bird</i> £320, €448, \$576	
<i>standard</i> £200, €280, \$360	<i>standard</i> £400, €560, \$720	

Subcategory	Submission Formats 
<p>4201 Integrated M</p> <p>Rédaction dans le cadre de campagnes où une idée centrale est diffusée via plusieurs médias, p. ex., en ligne, au format imprimé, sur mobile et dans l'environnement.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or more of the below:</p> <p>1 URL 1-5 Films + PDF of Script 1-5 Audio + PDF of Script 1-10 Images</p>
<p>4202 Digital S M</p> <p>Rédaction dans le cadre de publicités sur plates-formes numériques, par exemple sites Web, microsites, réseaux sociaux, blogs, applications, et.</p> <p>> Si vous présentez un film diffusé en ligne, veuillez nous envoyer le fichier vidéo.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One of the below:</p> <p>1 URL per execution 1 Film per execution + PDF of Script</p>
<p>4203 Film S M</p> <p>Scripts de publicités pour la télévision, les services de vidéo à la demande et le cinéma, de longs contenus audiovisuels, de films de marques en ligne, de promotions de programmes, d'identifications et de jingles publicitaires.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Film per execution + PDF of script</p> <p>Optional</p> <p>1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins</p>



Key Information:

- Uniquement pour les œuvres diffusées en anglais. Utilisation de nouveaux matériaux, technologies ou techniques afin de produire des publicités papier novatrices.
- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Distribution.

See [page 84](#) for more information.

Writing for Advertising



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
<i>super early bird</i> £120, €168, \$216	<i>super early bird</i> £240, €336, \$432	
<i>early bird</i> £160, €224, \$288	<i>early bird</i> £320, €448, \$576	
<i>standard</i> £200, €280, \$360	<i>standard</i> £400, €560, \$720	

Subcategory	Submission Formats i
4204 Direct S M Rédaction dans le cadre de communications marketing visant à susciter une réponse directe de l'utilisateur.	<p>Digital</p> <p>Mandatory One of the below: 1 URL per execution 1 Film per execution</p> <p>Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins</p> <p>Film</p> <p>Mandatory 1 Film per execution + PDF of script</p> <p>Optional 1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins</p> <p>Audio</p> <p>Mandatory 1 Audio per execution + PDF of script</p> <p>Optional 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins</p> <p>Printed Materials</p> <p>Mandatory 1-5 Images per execution</p> <p>Press / Outdoor</p> <p>Mandatory One or both* of the below: 1 Image per execution 1 Film per execution (for digital sites)</p> <p>Optional 1 Image in situ per execution</p> <p>— *both applies to M entries only</p>



Key Information:

- Uniquement pour les œuvres diffusées en anglais. Utilisation de nouveaux matériaux, technologies ou techniques afin de produire des publicités papier novatrices.
- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Distribution.
See [page 84](#) for more information.

Writing for Advertising



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
<i>super early bird</i> £120, €168, \$216	<i>super early bird</i> £240, €336, \$432	
<i>early bird</i> £160, €224, \$288	<i>early bird</i> £320, €448, \$576	
<i>standard</i> £200, €280, \$360	<i>standard</i> £400, €560, \$720	

Subcategory		Submission Formats i
4205	Press S M Rédaction pour presse, ceci comprenant les publicités parues dans la presse, les encarts, les emballages et les éditoriaux de marque.	Press Mandatory 1 Image per execution Inserts & Wraps Mandatory 1-5 Images per execution
4206	Outdoor S M Rédaction pour utilisation extérieure, par exemple affiches papier et numériques, constructions spéciales et sites numériques.	Mandatory One or both of the below: 1 Image per execution 1 Film per execution (for digital sites) Optional 1 Image in situ per execution
4207	Radio & Audio S M Rédaction dans le cadre de publicités à la radio et au format audio. Inclut les rédactions et écritures pour podcasts intégrant des marques à la narration.	Mandatory 1 Audio + PDF of script per execution Optional 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins
4208	Entertainment S M Rédaction pour divertissement de marque ou financé par une marque. Inclut les émissions, séries TV, documentaires, films, applications.	Mandatory One of the below: 1 URL (for apps) 1 Film per execution 1 Audio per execution Optional 1 Film Edit (5 min) for film over 10 mins 1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins

Key Information:

- Uniquement pour les œuvres diffusées en anglais. Utilisation de nouveaux matériaux, technologies ou techniques afin de produire des publicités papier novatrices.
- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Distribution.

See [page 84](#) for more information.

Writing for Design



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
super early bird £60, €84, \$108	super early bird £120, €168, \$216	
early bird £80, €112, \$144	early bird £160, €224, \$288	
standard £100, €140, \$180	standard £200, €280, \$360	

Subcategory	Submission Formats i
<p>4303 Graphic S M</p> <p>Rédaction avec conception graphique. Inclut les affiches, les signalisations, la papeterie, les brochures, les courriers directs, les couvertures d'albums, les jeux, les applications, les conceptions graphiques pour plates-formes numériques et autres éléments graphiques imprimés appliqués.</p>	<p>Poster S M</p> <p>Mandatory</p> <p>One of the below:</p> <p>Mounted Poster/s (up to A1)* Unmounted Poster/s (larger than A1 or double sided)* 1 Film per execution (for digital sites)</p> <p>Printed Material S M</p> <p>Mandatory</p> <p>Physical Material*</p> <p>Enviromental M</p> <p>Mandatory</p> <p>One of the below:</p> <p>1-6 A2 Presentation Boards* 1-10 Presentation Images</p> <p>Websites & Apps S</p> <p>Mandatory</p> <p>1 URL</p> <p>–</p> <p>*1-5 Reference Images will be required for physical submissions only</p>
<p>4304 Packaging S M</p> <p>Mots dans le cadre d'un élément ou d'une gamme d'emballages. Inclut les produits de consommation, les articles de luxe, les articles promotionnels, les rafraichissements d'identité, les emballages durables, les emballages tout compris, etc.</p>	<p>Mandatory</p> <p>Physical Material*</p> <p>Optional</p> <p>1 Image of packaging in situ per execution</p> <p>–</p> <p>*1-5 Reference Images per execution will be required for Physical Material</p>



Key Information:

- Uniquement pour les œuvres diffusées en anglais. Utilisation de nouveaux matériaux, technologies ou techniques afin de produire des publicités papier novatrices.
- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Writing for Design



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S	Multi M	
<i>super early bird</i> £60, €84, \$108	<i>super early bird</i> £120, €168, \$216	
<i>early bird</i> £80, €112, \$144	<i>early bird</i> £160, €224, \$288	
<i>standard</i> £100, €140, \$180	<i>standard</i> £200, €280, \$360	

Subcategory		Submission Formats i
4305	<p>Naming S</p> <p>Le nom d'une marque, d'un produit ou d'un service. Le jury évaluera comment le nom est perçu par le public cible.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or more of the below:</p> <p>Physical Material*</p> <p>1 URL 1-5 Film 1-10 Images</p> <p>—</p> <p>*1-5 Reference Images will be required for physical submissions only</p>
4306	<p>Brand Voice S</p> <p>La personnalité de la marque exprimée par des mots écrits ou dits. Inclut les directives de la marque. Inclut l'identité verbale. Le jury recherchera des preuves d'application dans les produits et services.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or more of the below:</p> <p>Physical Material*</p> <p>1 URL 1-5 Film 1-10 Images + PDF of Guidelines</p> <p>—</p> <p>*1-5 Reference Images will be required for physical submissions only</p>
4307	<p>Storytelling S</p> <p>NEW</p> <p>Mots faisant partie intégrante de l'identité de marque. Inclut le storytelling, les manifestos, et la rédaction de l'univers de la marque.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or more of the below:</p> <p>Physical Material*</p> <p>1 URL 1-5 Film 1-10 Images + PDF of Guidelines or Manifestos</p> <p>—</p> <p>*1-5 Reference Images will be required for physical submissions only</p>

Key Information:

- Uniquement pour les œuvres diffusées en anglais. Utilisation de nouveaux matériaux, technologies ou techniques afin de produire des publicités papier novatrices.
- Le jury évaluera en priorité la réalisation et non l'idée dans cette catégorie.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Design Solution, Cultural Context. See [page 84](#) for more information.

Entertainment

Divertissement de marque ou financé par une marque que les gens se sentent obligés de regarder, rechercher et partager. Inclut les films, les contenus audio, les expériences immersives et les applications.

Entry Prices

* Prices do not include VAT

Single **S**

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Multi **M**

super early bird
£486, €680, \$875

early bird
£648, €907, \$1166

standard
£810, €1134, \$1458

Subcategory		Submission Formats i
5001	<p>Integrated M</p> <p>Campagnes entièrement intégrées composées de divertissements de marque et financés par une marque réalisées avec succès sur plusieurs plates-formes, p. ex., en ligne, dans la presse, à la télévision et à la radio.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Presentation Film</p>
5002	<p>Scripted Short Form S M</p> <p>Divertissement scripté de marque et financé par une marque de moins de 3 minutes. Inclut les films viraux, les films inspirés de jeux vidéo, les films interactifs, etc.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Film per execution</p>
5003	<p>Scripted Long Form S M</p> <p>Divertissement scripté de marque et financé par une marque de plus de 3 minutes. Inclut les films viraux, les films inspirés de jeux vidéo, les films interactifs, etc.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Film per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins</p>
5004	<p>Non-Scripted Short Form S M</p> <p>Divertissement non scripté de marque et financé par une marque de moins de 3 minutes. Inclut les émissions de télé-réalité, les concours de variété, les émissions TV, les cérémonies de récompenses, les documentaires, etc.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Film per execution</p>
5005	<p>Non-Scripted Long Form S M</p> <p>Divertissement non scripté de marque et financé par une marque de plus de 3 minutes. Inclut les émissions de télé-réalité, les concours de variété, les émissions TV, les cérémonies de récompenses, les documentaires, etc.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Film per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Film Edit (5 min) for films over 10 mins</p>
5006	<p>Experiential S</p> <p>Divertissement de marque et financé par une marque expérientiel et immersif. Inclut les spectacles virtuels et en direct, les évènements, les concerts, les festivals, les expériences multisensorielles, les films en 4D, l'utilisation de nouvelles réalités (réalité augmentée, virtuelle, mixte ou avancée) et l'IA.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Presentation Film</p>
5007	<p>Audio S M</p> <p>Contenus audio et musicaux intégrant la marque dans le script ou la réalisation. Inclut les transmissions en direct et les podcasts.</p> <p>> Pour les clips musicaux, rendez-vous dans la catégorie Music Videos.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 Audio per execution</p> <p>Optional</p> <p>1 Audio Edit (5 min) for audio over 10 mins</p>
5008	<p>Apps S</p> <p>Divertissement de marque et financé par une marque conçu pour les applications mobiles. Inclut les applications, l'intégration de nouvelles fonctionnalités à des applications et les contenus conçus pour fonctionner avec l'algorithme ou les fonctionnalités d'une application.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or both of the below:</p> <p>1 URL</p> <p>1 Presentation Film</p>



You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. For relevant subcategories: Budget. See [page 84](#) for more information.

Entertainment



Entry Prices		* Prices do not include VAT
Single S		Multi M
super early bird	£288, €403, \$518	super early bird
early bird	£384, €538, \$691	early bird
standard	£480, €672, \$864	standard

Subcategory		Submission Formats i
5009	User Participation S Divertissement de marque ou financé par une marque invitant le client ou l'utilisateur à présenter quelque chose, ou interagissant avec les utilisateurs de manière indirecte, p. ex. via un deuxième écran.	Mandatory 1 Presentation Film
5010	Use of Micro-Talent & Influencers S Divertissement utilisant des micro-talents ou micro-influenceurs, c'est-à-dire appartenant à un public de niche ou ayant plus de 1 000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques.	
5011	Use of Talent & Influencers S Divertissement utilisant des influenceurs ou célébrités populaires sur les réseaux sociaux, généralement avec plus de 100 000 followers, afin d'augmenter le niveau d'engagement et cibler des marchés spécifiques.	
5012	Low Budget S M NEW Pour les œuvres considérées à faible budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer votre budget ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.	Based on your type of work, please follow the submission formats as listed per subcategory Integrated M Scripted / Non-Scripted Short Form S M Scripted / Non-Scripted Long Form S M Experiential S Audio S M Apps S

You will be asked to provide the following information online:
 For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Timeline, Cultural Context. For relevant subcategories: Budget. See [page 84](#) for more information.

Gaming NEW

Récompense les messages de marque exceptionnels diffusés par le biais d'interactions numériques structurées, généralement pour le jeu. Inclut l'e-sport, les jeux mobiles et en ligne, ainsi que les expériences gamifiées à des fins commerciales.

super early bird

£216, €302, \$389

early bird

£288, €403, \$518

standard

£360, €504, \$648

Subcategory	Submission Formats i
<p>5101 Branded Game Design</p> <p>Conceptions et expériences de jeu à succès dans tous les domaines de création et techniques ; création d'expériences de jeu conviviales, novatrices et fluides qui transmettent un message de la marque.</p>	<p>Mandatory</p> <p>1 URL</p> <p>Optional</p> <p>1 Walkthrough Demo Film</p>
<p>5102 Brand Integration</p> <p>Intégration d'une marque dans un jeu ou une narration. Inclut les bannières, les rapprochements avec des marques, les takeovers, les hacks, les affichages en jeu, les composantes de gamification, les placements de produits, les publicités sélectives, les annonces incitatives, les publicités natives, les vidéos basées sur des récompenses et les publicités de type ad gating.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or both of the below:</p> <p>1 URL</p> <p>1 Presentation Film</p>
<p>5103 Brand Partnership</p> <p>Partenariats entre marques et jeux, streamers, équipes ou individus qui interagissent avec les gamers et stimulent les ventes. Inclut les contrats de sponsoring, les soutiens de produits, la création de produits dédiés au gaming, les vidéos de lancement ou pré/post-lancement et les publicités lues par les annonceurs. Les partenariats non officiels sont également éligibles.</p>	
<p>5104 User Participation</p> <p>Jeux de marque où la réussite de l'idée repose sur une participation coordonnée des utilisateurs ou des contenus générés par les utilisateurs, par exemple création d'équipes, jeu avec d'autres utilisateurs, participation à des compétitions.</p>	
<p>5105 E-Commerce</p> <p>Jeux stimulant avec succès les achats sur l'application ou créant des opportunités d'e-commerce natif de convertir les joueurs en clients payants. Inclut les expériences d'e-commerce gamifiées.</p>	
<p>5106 Entertainment</p> <p>Divertissement de marque ou financé par une marque hébergé sur des applications ou plates-formes de jeux, ou gamifié pour utilisation sur d'autres plates-formes, par exemple concerts virtuels, festivals, performances, films, courses, activités, jeux basés sur une histoire, puzzles, etc.</p>	
<p>5107 Experiential</p> <p>Interaction entre des marques et des clients par le biais d'activations déclenchées par une expérience gamifiées, par exemple compétitions, formations, incitations, échantillons de produits, workshops, etc.</p>	
<p>5108 Educational</p> <p>Expériences de jeu de marque ou financées par une marque explicitement conçues pour avoir une fin éducative, ou possédant une valeur éducative secondaire ou indirecte.</p>	
<p>5109 New Realities & Emerging Media</p> <p>Expériences de jeu immersives où la réalité augmentée, virtuelle, mixte ou avancée ou des médias émergents jouent un rôle clé dans la transmission de l'idée. Pour les œuvres à la pointe qui transforment la façon dont les marques utilisent le jeu pour interagir avec les consommateurs.</p>	
<p>5110 Use of Data</p> <p>Expériences de jeu rendues possibles par l'utilisation de données. Inclut la géolocalisation, les données personnelles, etc.</p>	

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Cultural Context. For relevant subcategories: Design Solution, Placement, Timeline.

See [page 84](#) for more information.

Music Videos

Clips musicaux et l'art utilisé pour les produire.

super early bird

£60, €84, \$108

early bird

£80, €112, \$144

standard

£100, €140, \$180

Subcategory		Submission Formats i
5201	Narrative NEW Clips musicaux avec une série de plans conçus pour raconter une histoire. Peuvent contenir ou non la performance de l'artiste.	Mandatory 1 Film
5202	Performance NEW Clips musicaux basés sur la performance de l'artiste. Comprend des enregistrements de performances en direct.	
5203	Concept NEW Clips musicaux alternatifs basés sur une seule idée et sans narration cohérente.	
5204	Lyric NEW Clips musicaux centrés sur l'affichage des paroles de la chanson sous forme animée.	
5205	Animated Clips musicaux animés par animation traditionnelle, image par image, ou par ordinateur.	
5206	Interactive Clips musicaux invitant le spectateur à interagir.	Mandatory 1 URL
5207	Direction Clips musicaux où il est donné vie à l'idée par le biais de la vision du réalisateur.	Mandatory 1 Film
5208	Cinematography Clips musicaux où il est donné vie à l'idée par le biais de l'utilisation de techniques de caméra et de la qualité, la composition et le style des photographies et de l'éclairage.	
5209	Editing Clips musicaux où il est donné vie à l'idée grâce à une réalisation innovante et talentueuse.	
5210	Visual Effects Clips musicaux où il est donné vie à l'idée par le biais des effets visuels. Inclut les effets créés au moment du tournage, dans la caméra et post-production.	
5211	Production Design Clips musicaux où il est donné vie à l'idée grâce à la conception de la production (par exemple décors, lieux construits, etc.)	
5212	Styling NEW Clips musicaux où il est donné vie à l'idée par le biais de la conception de styles et de costumes.	
5213	Low budget Pour les œuvres considérées à faible budget selon les standards de l'industrie. Vous devrez alors indiquer le budget de la production ainsi que les raisons pour lesquelles vous présentez votre projet dans cette catégorie. Inclut les œuvres exécutées à titre gratuit pour des organisations caritatives.	Mandatory One of the below: 1 URL (for Interactive Music Videos) 1 Film

Key Information:

- Le jury évaluera en priorité la réalisation dans les sous-catégories Craft.
- Pour envoyer une adresse URL, saisissez un lien qui fonctionnera et sera accessible depuis le Royaume-Uni jusqu'en juin 2021.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Brief, Solution, Placement, Cultural Context. For relevant subcategories: Production Considerations, Craft, Editing, Budget. See [page 84](#) for more information.

Impact

Communications, conceptions et initiatives inspirantes et transformatrices créées par ou pour des marques, des organisations à but non lucratif, des individus et des entreprises.

super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Subcategory	Submission Formats ⓘ
<p>6001 Advertising / Brands</p> <p>Communications, engagements et expériences créatifs produits par ou pour les marques. L'œuvre doit avoir généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or both of the below:</p> <p>1 Presentation Film</p> <p>1-10 Images</p> <p>Optional</p> <p>1 URL</p> <p>1 Film</p> <p>1 Audio</p>
<p>6002 Advertising / Nonprofits</p> <p>Communications, engagements et expériences créatifs créés par ou pour des organisations à but non lucratif, des organisations caritatives, des ONG et des gouvernements. L'œuvre doit avoir généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société.</p>	
<p>6003 Advertising / Other Enterprises</p> <p>Communications, engagements et expériences créatifs produits par ou pour des entrepreneurs individuels, des micro-entreprises, des petites entreprises, des collectifs, des activistes et des individus. L'œuvre doit avoir généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société.</p> <p>> Les œuvres créées par/pour des marques et des organisations à but non lucratif ne doivent pas être présentées ici.</p>	
<p>6004 Design / Brands</p> <p>Conception par ou pour des marques ayant généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société. Peut être une conception de produit, numérique ou de service ayant amélioré la situation, l'accès ou la qualité de vie.</p>	
<p>6005 Design / Nonprofits</p> <p>Conception par ou pour des organisations à but non lucratif, des organisations caritatives, des ONG et des gouvernements. L'œuvre doit avoir généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société. Peut être une conception de produit, numérique ou de service ayant amélioré la situation, l'accès ou la qualité de vie.</p>	
<p>6006 Design / Other Enterprises</p> <p>Conceptions créées par ou pour des entrepreneurs individuels, des micro-entreprises, des petites entreprises, des collectifs, des activistes et des individus. L'œuvre doit avoir généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société. Peut être une conception de produit, numérique ou de service ayant amélioré la situation, l'accès ou la qualité de vie.</p> <p>> Les œuvres créées par/pour des marques et des organisations à but non lucratif ne doivent pas être présentées ici.</p>	

Est-ce la bonne catégorie pour vous?

Les candidatures dans la catégorie Impact peuvent remporter un Pencil Wood, Graphite, White ou Black et seront présentées lors de la Cérémonie de remise des prix D&AD Awards. Ils sont également éligibles dans toutes les autres catégories des D&AD Awards, hors Future Impact. L'œuvre doit avoir été diffusée et vous devez démontrer qu'elle a connu un certain succès. Il est autorisé de présenter la même candidature d'une année à l'autre dans cette catégorie, dès lors que vous pouvez montrer qu'un impact supplémentaire a été obtenu et présentez l'œuvre dans la sous-catégorie Sustained Impact uniquement. Il est interdit de présenter le même projet à la fois dans les catégories Impact et Future Impact. Le cas échéant, D&AD évaluera la pertinence de chaque catégorie et retirera l'un des projets. Aucun remboursement ne sera possible. Si vous ne savez pas dans quelle catégorie présenter votre œuvre, veuillez contacter [l'équipe D&AD Awards](#).

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Idea, Challenge, Longevity, Impact. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Scale, Response, History.

See [page 84](#) for more information.

Impact



super early bird
£288, €403, \$518

early bird
£384, €538, \$691

standard
£480, €672, \$864

Subcategory		Submission Formats ⓘ
6007	Initiatives / Brands Actions ou stratégies conçues par ou pour des marques ayant généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société. Indiquez si l'impact a été local, national ou international.	Mandatory One or both of the below: 1 Presentation Film 1-10 Images Optional 1 URL 1 Film 1 Audio
6008	Initiatives / Nonprofits Actions ou stratégies conçues par ou pour des organisations à but non lucratif, des organisations caritatives, des ONG et des gouvernements. L'œuvre doit avoir généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société. Indiquez si l'impact a été local, national ou international.	
6009	Initiatives / Other Enterprises Actions ou stratégies conçues par ou pour des entrepreneurs individuels, des micro-entreprises, des petites entreprises, des collectifs, des activistes et des individus. L'œuvre doit avoir généré un changement comportemental, environnemental, social ou de politique qui bénéficie à la société. Indiquez si l'impact a été local, national ou international. > Les œuvres créées par/pour des marques et des organisations à but non lucratif ne doivent pas être présentées ici.	
6010	Local Solution Pour les conceptions de campagnes, produits et services et initiatives bénéficiant à une région donnée, par exemple un quartier, un village ou une ville.	
6011	Sustained Solution Pour les conceptions de campagnes, produits et services et initiatives ayant repris et développer une idée originale afin de générer un changement comportemental, environnemental, social ou de politique. > L'œuvre doit avoir précédemment présentée dans la catégorie D&AD Impact ou Creativity for Good et avoir été diffusée entre le 1er janvier 2019 et le 14 avril 2021.	

Est-ce la bonne catégorie pour vous?

Les candidatures dans la catégorie Impact peuvent remporter un Pencil Wood, Graphite, White ou Black et seront présentées lors de la Cérémonie de remise des prix D&AD Awards. Ils sont également éligibles dans toutes les autres catégories des D&AD Awards, hors Future Impact. L'œuvre doit avoir été diffusée et vous devez démontrer qu'elle a connu un certain succès. Il est autorisé de présenter la même candidature d'une année à l'autre dans cette catégorie, dès lors que vous pouvez montrer qu'un impact supplémentaire a été obtenu et présentez l'œuvre dans la sous-catégorie Sustained Impact uniquement. Il est interdit de présenter le même projet à la fois dans les catégories Impact et Future Impact. Le cas échéant, D&AD évaluera la pertinence de chaque catégorie et retirera l'un des projets. Aucun remboursement ne sera possible. Si vous ne savez pas dans quelle catégorie présenter votre œuvre, veuillez contacter [l'équipe D&AD Awards](#).

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Idea, Challenge, Longevity, Impact. For relevant subcategories: Placement, Timeline, Scale, Response, History.

See [page 84](#) for more information.

Future Impact

Conceptions et initiatives de stade précoce, toujours en cours de recherche et développement, récompensées pour leur bénéfice potentiel à la société. Créées par ou pour des marques, des organisations à but non lucratif, des individus, des organisations et des étudiants.

super early bird

£18, €25, \$32

early bird

£24, €34, \$43

standard

£30, €42, \$54

Subcategory	Submission Formats i
<p>6101 Design</p> <p>Conceptions créées par ou pour des marques, des organisations à but non lucratif, des entrepreneurs individuels, des micro-entreprises, des petites entreprises, des collectifs, des activistes et des individus. L'œuvre doit pouvoir démontrer un bénéfice potentiel pour la société en générant un changement comportemental, environnemental, social ou de politique. Peut être une conception de produit, numérique ou de service cherchant à améliorer la situation, l'accès ou la qualité de vie.</p> <p>> Vous devez fournir une preuve de concept dans le cadre de votre présentation.</p> <p>> Cette catégorie ne concerne pas les campagnes pour des biens publics.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or more of the below:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 URL 1 Film 1-10 Images 1 Audio <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Presentation Film
<p>6102 Design / Student</p> <p>Conceptions créées par des étudiants, des collaborations entre étudiants et professeurs ou de récents diplômés. L'œuvre doit être associée à une preuve de concept et être commercialement viable. Elle doit pouvoir démontrer un bénéfice potentiel pour la société en générant un changement comportemental, environnemental, social ou de politique. Peut être une conception de produit, numérique ou de service cherchant à améliorer la situation, l'accès ou la qualité de vie.</p> <p>> Vous devez fournir une preuve de concept dans le cadre de votre présentation.</p> <p>> Cette catégorie ne concerne pas les campagnes pour des biens publics.</p>	
<p>6103 Initiative</p> <p>Actions ou stratégies créées par ou pour des marques, des organisations à but non lucratif, des entrepreneurs individuels, des micro-entreprises, des petites entreprises, des collectifs, des activistes et des individus. L'œuvre doit pouvoir démontrer un bénéfice potentiel pour la société en générant un changement comportemental, environnemental, social ou de politique. Indiquez si l'impact a été local, national ou international.</p> <p>> Vous devez fournir une preuve de concept dans le cadre de votre présentation.</p> <p>> Cette catégorie ne concerne pas les campagnes pour des biens publics.</p>	
<p>6104 Initiative / Student</p> <p>Actions ou stratégies créées par des étudiants, des collaborations entre étudiants et professeurs ou de récents diplômés. L'œuvre doit être associée à une preuve de concept et être commercialement viable. L'œuvre doit pouvoir démontrer un bénéfice potentiel pour la société en générant un changement comportemental, environnemental, social ou de politique. Indiquez si l'impact a été local, national ou international.</p> <p>> Vous devez fournir une preuve de concept dans le cadre de votre présentation.</p> <p>> Cette catégorie ne concerne pas les campagnes pour des biens publics.</p>	

Est-ce la bonne catégorie pour vous?

La catégorie Future Impact est pour les œuvres qui n'ont SOIT pas été diffusées OU qui ont été diffusées mais n'ayant pas encore eu d'impact. Dans cette catégorie, la plus haute récompense est un Pencil Future Impact et vous ne pouvez pas présenter votre œuvre dans d'autres catégories Awards à l'exception des catégories Product Design/Prototypes et Digital Design/Beta (sous réserve du respect de leurs critères). Les vainqueurs devront participer au D&AD Impact Programme, un programme de 12 mois composé de mentorat, de formation, d'aide à la visibilité et de soutien conçu pour aider les détenteurs de projets à réaliser, lancer et développer leur œuvre. Les campagnes, conceptions ou initiatives ayant déjà fait preuve de leur succès ne sont pas éligibles dans cette catégorie et doivent être présentées dans la catégorie Impact. Il est interdit de présenter le même projet à la fois dans les catégories Impact et Future Impact. Le cas échéant, D&AD évaluera la pertinence de chaque catégorie et retirera l'un des projets. Aucun remboursement ne sera possible. Si vous ne savez pas dans quelle catégorie présenter votre œuvre, veuillez contacter [l'équipe D&AD Awards](#).

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Idea, Challenge, Proof of Concept, Ambition, Qualification, Accelerator. See [page 84](#) for more information.

Collaborative:


[return to categories](#) ↻

Collaborative

Récompensant les relations de longue durée entre clients, agences et sociétés de production ayant généré plusieurs productions créatives inspirantes.

Entry Prices

There is no fee to enter this category.

Subcategory		Submission Formats 
7001	Advertising Agency Œuvre produite par une agence de publicité pour son client.	Mandatory One or more of the below: 1 URL 1-10 Film 1-10 Images 1-10 Audio Optional 1 Presentation Film
7002	Design Agency Œuvre produite par une agence de design pour son client.	
7003	Production Company Œuvre produite par une société de production pour son client.	

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Collaboration Timeline, Collaboration History, Creative Output. See [page 84](#) for more information.

Next

Next D&AD est l'occasion pour les professionnels de la création, les mentors et les agences de se réunir, de se reconnaître et de célébrer le futur de la créativité. Cette récompense dénote un potentiel exceptionnel. Les vainqueurs de la récompense Next D&AD ont vu apparaître leur travail en couverture du magazine TIME (Scènes inégales de Johnny Miller) ou encore dans National Geographic (Yiwu Commodity City de Richard John Seymour).

Qui peut participer?

Toute personne ayant moins de 3 ans d'expérience dans la création d'œuvres commerciales dans leur catégorie. 3 ans au total, hors pauses professionnelles.

Vous pouvez présenter votre propre travail ou celui d'un tiers. Vous pouvez vous inscrire seul ou en équipe. Tous les membres de l'équipe doivent avoir contribué à l'œuvre conformément aux critères de la catégorie.

Il n'y a aucune limite d'âge. Cependant, le talent ne doit pas avoir fait carrière dans un autre secteur de l'industrie de la création. Vous ne pouvez par exemple pas être un photographe établi venant de se lancer dans la conception graphique.

Que recherche le jury?

Le jury recherche des œuvres démontrant un flair créatif remarquable, un potentiel exceptionnel et, le cas échéant, une maîtrise artistique et une technique de premier plan. Il ne recherche pas un produit fini.

Que puis-je remporter ?

- > Le convoité Pencil Next D&AD
- > La publication de votre nom dans l'annuaire de D&AD réunissant les meilleures œuvres du monde, publié en ligne et touchant un public mondial
- > 2 heures de mentorat en tête à tête avec un membre du jury de D&AD
- > Un accès d'un an au campus de D&AD, à une plate-forme numérique en libre service contenant de nombreuses masterclasses d'experts de l'industrie de la création

Next

Récompensant les réalisations des créateurs, designers et artisans produisant des œuvres commerciales depuis moins de 3 ans.

super early bird

£30, €42, \$54

early bird

£40, €56, \$72

standard

£50, €70, \$90

Subcategory		Submission Formats i
8001	<p>Next Creative</p> <p>Directeurs artistiques, rédacteurs et professionnels de la création travaillant dans la publicité et ayant moins de 3 ans d'expérience commerciale à leur actif.</p> <p>> Vous devrez présenter 4 projets, en indiquant la contribution de chaque talent à chacun d'entre eux. Veuillez également fournir une photo des talents à des fins promotionnelles.</p>	<p>Mandatory</p> <p>4 projects each represented by one or more of the below:</p> <p>1 URL 1 Film 1-10 Images 1 Audio 1 PDF</p> <p>For each project please provide a PDF of text explaining the Project Brief and Project Contribution (see page 84 for more information)</p>
8002	<p>Next Designer</p> <p>Designers toutes disciplines confondues avec moins de 3 ans d'expérience commerciale dans leur domaine.</p> <p>> Vous devrez présenter 4 projets, en indiquant la contribution de chaque talent à chacun d'entre eux. Veuillez également fournir une photo des talents à des fins promotionnelles.</p>	<p>Mandatory</p> <p>2 projects each represented by one or more of the below:</p> <p>1 URL 1 Film 1-10 Images 1 Audio 1 PDF</p> <p>For each project please provide a PDF of text explaining the Project Brief and Project Contribution (see page 84 for more information)</p>
8003	<p>Next Director</p> <p>Designers travaillant sur des projets de publicité avec moins de 3 ans d'expérience commerciale dans leur domaine.</p> <p>> Vous devrez présenter 2 projets, en indiquant la contribution de chaque talent à chacun d'entre eux. Veuillez également fournir une photo des talents à des fins promotionnelles.</p>	<p>Mandatory</p> <p>2 projects each represented by one or more of the below:</p> <p>1 URL 1 Film 1-10 Images 1 Audio 1 PDF</p> <p>For each project please provide a PDF of text explaining the Project Brief and Project Contribution (see page 84 for more information)</p>
8004	<p>Next Illustrator</p> <p>Illustrateurs travaillant dans la publicité et sur des projets de publicité avec moins de 3 ans d'expérience commerciale dans leur domaine.</p> <p>> Vous devrez présenter 4 projets, en indiquant la contribution de chaque talent à chacun d'entre eux. Veuillez également fournir une photo des talents à des fins promotionnelles.</p>	<p>Mandatory</p> <p>4 projects each represented by one or more of the below:</p> <p>1 URL 1 Film 1-10 Images 1 Audio 1 PDF</p> <p>For each project please provide a PDF of text explaining the Project Brief and Project Contribution (see page 84 for more information)</p>
8005	<p>Next Photographer</p> <p>NEW Photographes travaillant dans la publicité et sur des projets de publicité avec moins de 3 ans d'expérience commerciale dans leur domaine.</p> <p>> Vous devrez présenter 4 projets, en indiquant la contribution de chaque talent à chacun d'entre eux. Veuillez également fournir une photo des talents à des fins promotionnelles.</p>	<p>Mandatory</p> <p>4 projects each represented by one or more of the below:</p> <p>1 URL 1 Film 1-10 Images 1 Audio 1 PDF</p> <p>For each project please provide a PDF of text explaining the Project Brief and Project Contribution (see page 84 for more information)</p>

Key Information:

- Au moins un projet doit être diffusé.
- Les œuvres restantes peuvent être non diffusées ou à leur propre initiative.
- Les œuvres caritatives sont considérées comme des œuvres commerciales.
- Veuillez retirer le nom du talent et les crédits afin que l'œuvre puisse être jugée de façon anonyme.
- Des références peuvent être fournies de clients, responsables ou collègues senior.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Experience. See [page 84](#) for more information.

Side Hustle

Side Hustle D&AD est une étape importante en vue de transformer votre activité secondaire en votre activité principale. Si vous êtes sélectionné, vous pourrez présenter votre projet à un panel d'entreprises et d'investisseurs de l'industrie de la création. En plus d'une exposition mondiale, nous offrons une formation et du mentorat aux vainqueurs. Les précédents vainqueurs ont ensuite créé des défilés de mode, sensibilisé au changement climatique et engendré des changements sociaux.

Qui peut participer?

Tous ceux ayant une activité secondaire peuvent participer, dès lors qu'ils font preuve de flair et de créativité. Votre activité secondaire est-elle en passe de devenir votre activité principale ? Alors les catégories Scale-up sont pour vous. Les étudiants et professionnels émergents bénéficient de frais d'inscription réduits.

Que recherche le jury?

Le jury recherche des œuvres combinant créativité et innovation. Dans la catégorie Start-ups, l'idée doit démontrer un niveau suffisant de recherches et de tests et un potentiel de développement. Dans la catégorie Scale-up, l'idée doit déjà avoir commencé à être un succès et démontrer qu'elle est en passe d'atteindre l'objectif fixé.


Que puis-je remporter?

- > Le convoité Pencil Side Hustle D&AD
- > La publication de votre nom dans l'annuaire de D&AD réunissant les meilleures œuvres du monde, publié en ligne et touchant un public mondial
- > 2 heures de mentorat en tête à tête avec un membre du jury de D&AD
- > Une masterclass D&AD virtuelle de votre choix. Les sujets vont de la présentation à la création d'une identité en passant par la création de campagnes efficaces sur les réseaux sociaux.

Side Hustle

Lancez ou développez vos projets passion. Présentez vos grandes idées à des investisseurs et directeurs de la création et tentez de remporter le mentorat et les ressources nécessaires pour vous aider à réussir.

	super early bird	early bird	standard
Student	£12, €17, \$22	£16, €22, \$29	£20, €28, \$36
Emerging Professional	£21, €29, \$38	£28, €39, \$50	£35, €49, \$63
Established Professional	£30, €42, \$54	£40, €56, \$72	£50, €70, \$90

Subcategory		Submission Formats 
9001	Start-Up / Student Réservé exclusivement aux « side hustlers » toujours en formation. La catégorie Start Up est pour les projets aux premiers stades de développement. Vous devez démontrer un niveau suffisant de recherche et de tests, même s'il est peu probable que vous ayez un business model ou un financement complets.	Mandatory One or more of the below: 1 URL 1 Film 1-10 Images 1 Audio 1 PDF
9002	Start-Up / Emerging Professional Concerne les non professionnels et ceux ayant moins de 3 ans d'expérience dans les projets commerciaux créatifs. Cette catégorie est pour les projets aux premiers stades de développement. Vous devez démontrer un niveau suffisant de recherche et de tests, même s'il est peu probable que vous ayez un business model ou un financement complets. > Pour être éligible en tant que professionnel émergent, vous devez avoir moins de 3 ans d'expérience dans la création d'œuvres commerciales dans l'industrie de la création. 3 ans au total, hors pauses professionnelles.	
9003	Start-Up / Established Professional Concerne les activités secondaires de personnes ayant plus de 3 ans d'expérience dans les projets commerciaux créatifs. Cette catégorie est pour les projets aux premiers stades de développement. Vous devez démontrer un niveau suffisant de recherche et de tests, même s'il est peu probable que vous ayez un business model ou un financement complets.	
9004	Scale-Up / Student Réservé exclusivement aux « side hustlers » toujours en formation. La catégorie Scale-up est pour les projets aux derniers stades de développement. Votre produit ou service doit être entièrement fonctionnel et éprouvé sur le marché. Vous devez démontrer son succès et il sera attendu que vous ayez reçu un financement certain.	
9005	Scale-Up / Emerging Professional Concerne les non professionnels et ceux ayant moins de 3 ans d'expérience dans les projets commerciaux créatifs. La catégorie Scale-up est pour les projets aux derniers stades de développement. Votre produit ou service doit être entièrement fonctionnel et éprouvé sur le marché. Vous devez démontrer son succès et il sera attendu que vous ayez reçu un financement certain. > Pour être éligible en tant que professionnel émergent, vous devez avoir moins de 3 ans d'expérience dans la création d'œuvres commerciales dans l'industrie de la création. 3 ans au total, hors pauses professionnelles.	
9006	Scale-Up / Established Professional Concerne les activités secondaires de personnes ayant plus de 3 ans d'expérience dans les projets commerciaux créatifs. La catégorie Scale-up est pour les projets aux derniers stades de développement. Votre produit ou service doit être entièrement fonctionnel et éprouvé sur le marché. Vous devez démontrer son succès et il sera attendu que vous ayez reçu un financement certain.	

Key Information:

- Les projets présentés dans la catégorie Side Hustles (Activité secondaire) doivent être de « propriété indépendante », c'est-à-dire être majoritairement détenus par leurs fondateurs et non commandités, détenus ou financés par un employeur.
- Les projets présentés dans la catégorie Side Hustle ne peuvent être vos projets principaux.
- Les candidats nominés doivent pouvoir présenter leur idée à un panel de juges lors du Pitch Day, qui se tiendra virtuellement.

You will be asked to provide the following information online:

For all subcategories: Overview, Vision, Market, Operation, Eligibility, Owner(s). See [page 84](#) for more information.

Formats de présentation

Voici une liste détaillée des formats de présentation demandés.

Veillez suivre ces directives sans quoi les candidatures présentées sous un autre format seront retirées.

Boards	Description	Specification
A2 Presentation Board/s	Une représentation de votre œuvre avec différentes images et un court texte écrit.	<ul style="list-style-type: none">– Fixez l'œuvre à un panneau rigide A2 (42 x 59 cm).– Indiquez les principaux éléments de l'œuvre.– Le texte explicatif doit être concis et clair.– Le texte doit être en anglais.– Collez les étiquettes de candidature au dos de chaque panneau.– NE faites PAS apparaître votre logo ou marque où que ce soit sur le panneau.– N'envoyez PAS d'impressions roulées ou des panneaux scotchés.– N'affichez PAS le numéro de candidature ou le nom des catégories sur le devant du panneau.– N'utilisez PAS de carton mousse non recyclable, utilisez des panneaux de montage à la place.

Images	Description	Specification
Images	Images représentant l'œuvre diffusée. Une seule image pour les œuvres indépendantes.	<ul style="list-style-type: none">– Fichiers au format JPEG ou TIFF– Minimum 1200 pixels de longueur– Une image par fichier.– Chaque fichier doit faire moins de 2 Go
Image in situ	Une seule image montrant l'œuvre in situ, tel qu'elle a été diffusée et exposée.	<ul style="list-style-type: none">– Attention, les images ne faisant pas partie de l'œuvre ne seront pas acceptées.
Image of Packaging in situ	Une seule image montrant l'emballage dans le rayon tel qu'il a été diffusé et exposé.	
Presentation Images	Une représentation numérique de votre œuvre, utilisant une sélection d'images.	
Reference Images	Images numériques haute résolution servant de référence pour l'œuvre. Cela peut être des images de l'œuvre, montrées sous différents angles ou les versions numériques de l'œuvre et de ses éléments.	



Formats de présentation



Physical Material	Description	Specification
Physical Material	Le produit physique au format auquel il a été diffusé.	<ul style="list-style-type: none"> – Présentez l'œuvre telle qu'elle a été diffusée. – Contactez-nous avant d'envoyer des produits périssables. – Collez les étiquettes de candidature à l'œuvre dans un endroit discret (à la base ou en dessous de l'objet). – NE présentez PAS des panneaux à la place de l'œuvre diffusée si celle-ci est trop volumineuse (plus de 1m³). – Contactez-nous si vous souhaitez que votre œuvre vous soit restituée. Conformément à nos Conditions générales, les œuvres ne seront pas restituées sauf si cela a été demandé au moment de la présentation.
Printed Publication	Le magazine, journal ou livre tel qu'il a été diffusé.	<ul style="list-style-type: none"> – Présentez l'œuvre telle qu'elle a été diffusée. – Contactez-nous avant d'envoyer des produits périssables. – Collez les étiquettes de candidature dans un endroit discret (quatrième ou deuxième de couverture). – Ne fixez PAS la publication à des panneaux. – Contactez-nous si vous souhaitez que votre œuvre vous soit restituée. Conformément à nos Conditions générales, les œuvres ne seront pas restituées sauf si cela a été demandé au moment de la présentation.
Poster/s Mounted	L'affiche diffusée fixée sur un panneau. Ceci est que pour des œuvres A1 ou moins larges.	<ul style="list-style-type: none"> – Présentez l'œuvre telle qu'elle a été diffusée, avec tout le texte associé. – Collez les étiquettes de candidature au dos de chaque panneau. – NE faites PAS apparaître votre logo ou marque où que ce soit sur le panneau. – N'envoyez PAS d'impressions roulées ou des panneaux scotchés. – N'utilisez PAS de carton mousse non recyclable, utilisez des panneaux de montage à la place. – N'affichez PAS le numéro de candidature ou le nom des catégories sur le devant du panneau.
Poster/s Unmounted	L'affiche diffusée en format d'origine. Ceci est que pour des œuvres qui sont plus larges que A1 ou des affiches double-face.	<ul style="list-style-type: none"> – Présentez l'œuvre telle qu'elle a été diffusée, avec tout le texte associé. – Collez les étiquettes de candidature dans un dessous de l'affiche. – NE faites PAS apparaître votre logo ou marque où que ce soit sur l'affiche. – N'envoyez PAS d'impressions roulées ou des panneaux scotchés. – N'affichez PAS le numéro de candidature ou le nom des catégories sur le devant de l'affiche.

URL	Description	Specification
URL	L'adresse URL de l'œuvre diffusée dans le commerce.	<ul style="list-style-type: none"> – La page Web doit être visionnable depuis un Mac sur Chrome. – Pour les applications, fournissez l'adresse URL vers l'application à télécharger (Apple Store).
URL (for digital elements)	-Uniquement pour les publications numériques. L'adresse URL de la publication diffusée dans le commerce.	<ul style="list-style-type: none"> – L'URL doit être active jusqu'à juillet 2021. – Ne présentez PAS de page d'étude de cas si le site est toujours actif. – NE présentez PAS de page Web provisoire. – N'utilisez PAS le logo ou la marque de votre société sur la page Web. – N'utilisez PAS le nom ou la marque de votre société dans l'adresse URL. – Si vous ne pouvez pas fournir l'adresse URL du site diffusée, écrivez à l'adresse awards@dandad.org



Formats de présentation



Film	Description	Specification
Film	Une publicité ou un film tel qu'il/elle a été diffusé(e) dans le commerce. Le jury devra regarder au minimum 5 minutes	<ul style="list-style-type: none">- Format MP4 ou MOV- Soumettre en Full HD, résolution minimum 1920x1080p. Pour les films verticaux ou destinés aux réseaux sociaux, résolution minimum 1280x720p- Chaque fichier ne doit pas faire plus de 2 Go- Appliquez les sous-titres pour les œuvres dans une langue autre que l'anglais.
Film Edit (5 min) for films over 10 mins	La version éditée peut être 5 minutes du film ou une compilation des meilleurs moments de l'œuvre. Le jury devra regarder au minimum 5 minutes.	<ul style="list-style-type: none">- Pour les campagnes, téléchargez un fichier par réalisation.- Utilisez le titre de l'œuvre ou des réalisations comme titre du fichier.- N'ajoutez PAS de compteur ou de clap de cinéma au début.- NE faites PAS apparaître le logo ou le nom de votre société où que ce soit dans le film.
Film for Digital Sites	Un film montrant une publicité extérieure diffusée sur un site numérique.	
Presentation Film	Un film de présentation résumant l'œuvre et montrant les éléments marquants.	<ul style="list-style-type: none">- Format MP4 ou MOV- Soumettre en Full HD, résolution minimum 1920x1080p.- Le fichier ne doit pas faire plus de 2 Go- Maximum 2 minutes. Il n'est pas garanti que les juges visionneront plus que les deux premières minutes du film.- Le film doit être spécifique à votre présentation.- Décrivez d'abord l'idée et la solution, puis expliquez les objectifs, le contexte et les résultats en détail dans un deuxième temps.- Mettez en exergue l'idée créative et sa pertinence par rapport au public.- Les films onéreux et élaborés ne sont pas nécessaires. Les films simples présentant clairement une idée sont tout aussi efficaces.- Utilisez le titre de l'œuvre comme titre du film.- La narration doit être en anglais.- NE faites PAS apparaître le logo ou le nom de votre société où que ce soit dans le film.
Walkthrough Demo Film	Un tutoriel ou une vidéo montrant comment l'œuvre doit être expérimentée. Inclut tout élément pertinent dans la vidéo.	<ul style="list-style-type: none">- Format MP4 ou MOV- Résolution minimale 1280x720p- Le fichier ne doit pas faire plus de 2 Go.- 2 minutes maximum.- N'incluez PAS d'introduction- N'incluez PAS la marque de l'agence.
Making of Film	Un film montrant le processus en coulisses de l'œuvre ou les outils utilisés qui ont contribué à donner vie au concept.	Pour les spécifications vidéo, voir dans Film ci-dessus.



Formats de présentation



Audio	Description	Specification
Audio	Une publicité audio telle qu'elle a été diffusée. Le jury devra écouter au minimum 5 minutes.	<ul style="list-style-type: none">– Fichiers MP3 ou WAV.– Taille: 16 bits, fréquence: 44100 kHz– Utilisez le titre de l'œuvre ou des réalisations comme titre du fichier.– Pour les campagnes, téléchargez un fichier par exécution.– N'incluez PAS de présentation audio de l'œuvre.– N'incluez PAS la marque de l'agence.
Audio Edit (5 min) for Audio over 10 mins	La version éditée peut être 5 minutes du contenu audio ou une compilation des meilleurs moments de l'œuvre. Le jury devra écouter au minimum 5 minutes.	

Other	Description	Specification
PDF	Un guide en format PDF qui supporte votre œuvre.	<ul style="list-style-type: none">– Téléchargez sous la forme d'un seul PDF– Le fichier ne doit pas faire plus de 2 Go
PDF of Tone of Voice Guidelines	Le guide sur le ton de voix utilisé pour une marque contenu dans un fichier PDF.	
PDF of Guidelines/Manifestos	Les lignes directrices ou le manifeste pour la marque ou le projet résumés dans un fichier PDF.	
PDF of Script	Un script de film ou audio au format PDF.	

Informations complémentaires

Il s'agit des informations qu'il vous sera demandé de fournir, en fonction de la catégorie. Concentrez-vous sur les faits, c'est ce que le jury attendra. Vos explications doivent être brèves et concises.

Champ d'information de support	Description	Character Limit
Accélérateur	Souhaitez-vous participer au programme D&AD Impact Accelerator? Si oui, veuillez indiquer ce que vous espérez gagner et l'expertise que vous pourriez offrir à vos pairs dans le programme.	400
Ambition	À quelle échelle voulez-vous avoir un impact? Comment mesurerez-vous le succès? Indiquez vos objectifs pour les 12 prochains mois.	400
Approche	Comment l'artiste a-t-il approché ce projet? Comment ses aptitudes ont-elles été utilisées? Veuillez fournir si possible une courte déclaration de sa part.	400
Contexte	Parlez du contexte autour de votre idée. Donnez les informations pertinentes telles que le public cible, les objectifs et l'analyse.	1000
Brief	Quel était le brief? Détaillez le défi et les objectifs et si possible, le public cible et toute autre information pertinente sur le contexte.	400
Budget	Indiquez votre budget. Si vous présentez votre œuvre dans la catégorie Low Budget, expliquez pourquoi l'œuvre devrait être considérée comme étant à petit budget.	400
Défi	Expliquez le(s) défi(s) qui a/ont mené au concept et à l'étude de cas associée à ce dernier.	400
Développement de la collaboration	Expliquez comment la collaboration s'est développée au fil du temps du brief initial au dernier projet.	400
Calendrier de la collaboration	Depuis combien de temps existe la collaboration créative?	200
Art	Que doit rechercher le jury dans l'art?	400
Production créative	Indiquez en détail ce qui a été produit pendant la collaboration.	400
Contexte culturel	Le cas échéant, veuillez expliquer les références spécifiques à une culture ou à un pays qui ne peuvent être comprises autrement.	400
Solution créative	Expliquez la solution créative, le raisonnement derrière cette dernière, et la façon dont elle a résolu le défi posé dans le brief. Mettez en avant les fonctionnalités uniques et/ou novatrices de la solution.	400
Présentation	Comment et où l'œuvre a-t-elle été présentée? Le cas échéant, indiquez ce qu'elle était destinée à contenir et fournissez une photo des contenus in situ.	200
Distribution	Où et quand l'œuvre a-t-elle été distribuée?	200
Édition	Le cas échéant, indiquez en détail les retouches, modifications post-production et améliorations numériques qui ont été apportées à l'œuvre, par exemple les réglages couleurs, déformations, distorsions et aiguissages.	400



Informations complémentaires



Champ d'information de support	Description	Character Limit
Éligibilité	S'il s'agit de votre activité secondaire, quelle est votre activité principale?	200
Expérience	Veillez parler en détail de l'expérience de votre talent dans l'industrie jusqu'à présent, en indiquant notamment la date à laquelle il a commencé à produire des œuvres commerciales dans son domaine. Expliquez pourquoi le talent est éligible à une récompense dans cette catégorie par rapport aux critères.	400
Historique	Où l'œuvre a-t-elle été publiée et pendant combien de temps? Indiquez les accomplissements importants depuis la diffusion de l'œuvre.	600
Idée	Quelle idée créative est à la base de votre candidature? Dans quelle mesure est-ce novateur?	400
Source de l'image	Veillez indiquer la source de l'image originale.	100
Impact	Indiquez les changements comportementaux, environnementaux, sociaux ou de politique qui sont la conséquence directe de l'œuvre. Quand ces changements ont-ils eu lieu et comment ont-ils été analysés? Veillez détailler ou télécharger des preuves en appui de votre candidature.	400
Durée de vie	Comment prévoyez-vous de conserver et de mettre à l'échelle l'impact de l'idée? Indiquez les principaux objectifs à court, moyen et long terme.	400
Fabrication	Quelle est la taille du cycle de production? Combien sa production coûte-t-elle? Le cas échéant, veuillez indiquer le prix de vente par unité.	200
Marché	Qu'est-ce qui vous a incité à lancer votre activité secondaire, et est-ce soutenable? Veillez fournir une preuve de concept et indiquer votre marché cible.	400
Matériaux	Veillez fournir la liste complète des matériaux utilisés pour la conception.	400
Média	Quel média a été utilisé pour créer l'œuvre?	200
Objectifs	Dans quelle mesure l'œuvre a-t-elle répondu aux objectifs de communication?	400
Opération	Où avez-vous lancé votre activité secondaire et depuis combien de temps? Quel succès avez-vous connu jusqu'à présent? Donnez des détails sur la disponibilité, la distribution, la publicité, le chiffre d'affaires, les partenariats, le financement.	400
Présentation	Décrivez votre activité secondaire en quelques phrases. Dans quelle mesure est-ce quelque chose de créatif?	400
Détenteurs	Qui sont les détenteurs de votre activité secondaire?	200
Placement	Où l'œuvre a-t-elle été lancée?	200
Premier tirage	Quelle est la taille du tirage? Combien cela coûte-t-il à imprimer? Le cas échéant, veuillez indiquer le prix de vente par unité.	200
Considérations de production	Indiquez en détail les restrictions budgétaires, de temps et le(s) lieu(s) de tournage.	400
Projet : Brief	Présentez le brief et la solution pour le projet soumis, ceci comprenant les objectifs, le résultat, le public cible et toutes les informations pertinentes sur le contexte pouvant être utiles pour le jury. Pour les projets personnels/caritatifs, veuillez expliquer les motivations du talent pour la production de l'œuvre.	400
Projet : Contribution	Expliquez en détail la contribution personnelle du talent au projet soumis.	400
Preuve de concept	Comment avez-vous démontré la preuve de concept? Décrivez les recherches et tests effectués jusqu'à présent.	400



Informations complémentaires



Champ d'information de support	Description	Character Limit
Publication	À quelle fréquence l'œuvre est-elle publiée? Où est-elle distribuée?	200
Qualification	Pourquoi pensez-vous répondre aux critères de la catégorie Future Impact? De quoi avez-vous, les détenteurs du projet, besoin de la part du D&AD Impact Programme et de l'Impact Council pour développer cette idée?	400
Réponse	Quelle réponse avez-vous eue de la part de votre public cible depuis la diffusion commerciale? Veuillez fournir des preuves que l'œuvre est vue et engage le public, et le calendrier de la réponse.	400
Résultats	Dans quelle mesure l'œuvre a-t-elle eu un impact direct sur le succès de la marque ou la croissance de l'activité? Veuillez fournir des preuves telles que des résultats à des enquêtes sur la marque, des améliorations en pourcentages, des parts de marché ou des augmentations de ventes.	1000
Échelle	L'impact a-t-il été local, national ou international? Dans quelle mesure cela se compare-t-il avec vos objectifs?	400
Script	La performance était-elle scriptée ou non scriptée?	100
Solution	Expliquez la solution créative, le raisonnement derrière cette dernière, et la façon dont elle a résolu le défi posé dans le brief.	400
Solution et réalisation	Quelle est la solution créative et quel est le raisonnement derrière cette dernière? Dans quelle mesure est-ce novateur? Comment a-t-elle été réalisée?	1000
Durabilité	Dans quelle mesure cette œuvre peut-elle être qualifiée de durable? Indiquez en détail les processus impliqués, les fournisseurs et toutes les informations qui aideront le jury à évaluer la durabilité tout au long de la durée de vie du produit.	400
Calendrier	Combien de temps a duré le projet?	200
Utilisation de type	L'œuvre a-t-elle été autonome ou commanditée? Si elle a été commanditée, veuillez indiquer où elle peut être achetée et ce à quoi elle était destinée.	200
Vision	Expliquez votre vision pour votre activité secondaire. Quels sont vos objectifs à court et long termes? De quelles ressources avez-vous besoin, et dans quelle mesure gagner vous aiderait-il?	400

Nous contacter

**Vous avez une question sur la participation aux Awards ?
Notre équipe est là pour vous aider. Contactez-nous, quel
que soit l'endroit où vous êtes dans le monde :**

Royaume-Uni, Irlande et Europe

Will Koper

E: will.koper@dandad.org

T: +44 (0)207 840 1177

États-Unis et Canada

Alex Knapp

E: alex.knapp@dandad.org

T: +44 (0)207 840 1172

France, Amérique latine et Iberia

Pablo Aör Brandao

E: pablo.brandao@dandad.org

Japon et Singapour

Kotoko Koya

E: kotoko.koya@dandad.org

T: +81 90 4736 5965

Chine, Asie du Sud-Est, Australasie

Katherine Chen

E: katherine.chen@dandad.org

T: +44 (0)796 8866 388

WeChat 微信 Dandadawards

Inde, Moyen-Orient, Afrique et Europe

Joshua Edwards

E: joshua.edwards@dandad.org

T: +44 (0)207 840 1154

Autre

E: awards@dandad.org

T: +44 (0)207 840 1111