



BRIEF

 |

CHALLENGE DU CRÉATIF

ÉDITION 2025

INTRODUCTION

Le "Challenge Créatif" est une compétition de conception graphique organisée simultanément avec les DC Awards en Algérie. Cette compétition annuelle s'adresse à tous les créatifs algériens, indépendants ou travaillant en agence. Elle met en valeur les talents créatifs et permet aux participants de démontrer leur expertise en matière de conception graphique.

CONTEXTE

Pour cette édition 2025, le DC Challenge s'associe au groupe ThinkerCare autour d'une vision transformatrice : "**Care is the new creative**". Nous vivons dans un monde saturé d'images qui créent souvent de la pression, du manque ou de l'urgence. Et si la publicité, au lieu de demander, commençait à donner ? La créativité a le pouvoir d'impacter nos émotions. Cette année, nous voulons qu'elle serve à apaiser l'esprit, à soulager la charge mentale et à offrir un moment de répit visuel.

OBJECTIF

L'objectif est de détourner les codes de la publicité classique pour en faire un outil de bien-être. Il s'agit d'imaginer une communication qui ne cherche pas à vendre une insécurité, mais à offrir du soutien. Une créativité qui prend soin de celui qui la regarde.

CHALLENGE

Les participants sont invités à répondre à la thématique suivante :
"Imaginez une campagne qui fait du bien à celui qui la regarde. Une publicité qui apaise au lieu de créer de la pression."



Votre mission :

Le Concept : Concevez un visuel (affiche) pour une marque imaginaire ou une cause fictive dont le seul but est le "Care" (le soin).

L'Expérience : L'affiche ne doit pas seulement parler de calme, elle doit procurer du calme. Que ce soit par la composition, les couleurs, les mots ou l'image, le spectateur doit ressentir un apaisement immédiat en la regardant.

L'Approche : Transformez l'espace publicitaire en un espace de respiration mentale.

STYLE

Aucune imposition sur les styles utilisés. Le créatif est libre d'utiliser : création graphique, illustration, modélisation 3D, photographie, composition, affiche typographique ou tout autre style visuel pertinent pour exprimer le futurisme.

Spécifications Techniques :

Colorimétrie : Il est essentiel de noter que l'affiche peut être utilisée tant dans des supports d'impression que numériques. Il est impératif de travailler à partir de fichiers en mode CMJN convertibles en RVB. La soumission finale doit se faire en mode RVB.

Format de soumission : Fichier numérique lisible par ordinateur via le formulaire sur le site web : PDF, PNG, JPEG

Ratio : L'affiche doit respecter un rapport de 16/9 (format paysage).

Adaptabilité : L'affiche doit être adaptable en format portrait (9/16).

Dimensions :

Taille maximale : 3200 x 1800 pixels.

Taille minimale : 1600 x 900 pixels.

Public et Sensibilité : La campagne est destinée à un public algérien. Vous devez respecter les sensibilités culturelles et éviter tout message offensant les valeurs morales et patrimoniales du pays.

Nationalité : Le participant doit être de nationalité algérienne.

CRITÈRES D'ÉVALUATION

Quatre critères seront utilisés pour l'évaluation :

Créativité : Originalité de la marque imaginaire et pertinence de la solution proposée

Exécution : Qualité technique et artistique du travail

Clarté du concept : Capacité de l'œuvre à transmettre le message de soin et l'univers de la marque fictive

Cohérence avec l'univers de la marque et son identité : Respect de la thématique "Care" et de l'identité développée



DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le participant conserve la paternité de son œuvre. Toutefois, il accorde aux organisateurs ainsi qu'au partenaire officiel ThinkerCare le droit d'utiliser, de reproduire et de diffuser l'œuvre soumise à des fins non lucratives (promotion, communication sur les réseaux sociaux, expositions, archives du festival, etc.).

Dans l'éventualité où l'organisateur ou le partenaire souhaiterait utiliser l'œuvre à des fins commerciales (campagne publicitaire rémunérée, merchandising, packaging, etc.), des négociations devront être engagées avec l'auteur pour définir les termes d'une cession de droits et d'une rémunération appropriée.

L'organisateur se réserve le droit d'ajouter les logos de la compétition et du partenaire sur l'œuvre lors de sa diffusion, tout en préservant l'intégrité du message original. Une mention créditant le concepteur sera apposée lors de toute diffusion publique.

JURY

Le jury est constitué de professionnels renommés dans le domaine de la communication et du graphisme, issus de la compétition Dzair Creative Ad Awards.

RESTRICTIONS

Le créatif participant ne doit avoir aucun lien professionnel avec les partenaires ou sponsors (notamment ThinkerCare) de la compétition durant la période d'évaluation.

PRIX

Le gagnant du premier prix recevra un chèque d'un montant de 100 000 DA ainsi que le trophée du Challenge du Créatif. La remise du prix se fera lors de la soirée officielle de remise des trophées des DC Awards

DÉLAIS

Toutes les soumissions doivent être effectuées via le formulaire en ligne sur le site web:

www.dc-awards.com/dc-challenge-thinkercare

Avant le 15 janvier 2025 à 23h59



BRIEF | CHALLENGE DU CRÉATIF

ÉDITION 2025

INTRODUCTION

The Creative Challenge is a graphic design competition organized alongside the DC Awards in Algeria. This annual competition is open to all Algerian creatives, whether independent or agency-based. It highlights creative talent and provides participants with an opportunity to showcase their expertise in graphic design.

CONTEXT

For the 2025 edition, the DC Challenge partners with the ThinkerCare Group around a transformative vision: **"Care is the new creative"**

We live in a world saturated with images that often create pressure, lack, or urgency. What if advertising, instead of asking, started giving?

Creativity has the power to influence our emotions. This year, we want it to calm the mind, ease mental load, and offer a visual moment of relief.

OBJECTIVE

The goal is to divert traditional advertising codes and turn them into a tool for well-being. To imagine a form of communication that does not sell insecurity, but instead offers support. A creativity that takes care of the viewer.

CHALLENGE

Participants are invited to respond to the following theme:

"Imagine a campaign that makes the viewer feel good. An advertisement that soothes instead of creating pressure."



Your mission:

The Concept: Design a visual (poster) for an imaginary brand or fictional cause whose sole purpose is Care.

The Experience: The poster should not only talk about calm, it should create calm.

Through composition, colors, words, or imagery, the viewer should feel immediate relief.

The Approach: Transform advertising space into a space for mental breathing.

STYLE

There are no imposed styles. Creatives are free to use any relevant visual approach, including graphic design, illustration, 3D modeling, photography, composition, typographic posters, or any other visual style that effectively expresses futurism.

Technical Specifications:

Color Mode: The artwork may be used for both print and digital media. It is essential to work from files created in CMYK mode, convertible to RGB. Final submission must be in RGB mode.

Submission Format: Digital file submitted via the online form on the website: PDF, PNG, JPEG

Aspect Ratio: Mandatory: 16:9 (landscape)

Adaptable to: 9:16 (portrait)

Dimensions:

Maximum size: 3200 x 1800 pixels

Minimum size: 1600 x 900 pixels

Audience & Sensitivity: The campaign targets an Algerian audience. Participants must respect cultural sensitivities and avoid any content that may offend the moral and cultural values of the country.

Nationality:

Participants must be of Algerian nationality.

EVALUATION CRITERIA

Submissions will be evaluated based on four criteria:

Creativity : Originality, innovation, and relevance of the futuristic vision

Execution : Technical and artistic quality

Concept Clarity: Ability to clearly convey the imagined futuristic universe and consumption ritual

Brand Consistency: Respect of the brand's universe and identity.



INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS

Participants retain authorship of their work. However, they grant the organizers and the official partner (ThinkerCare) the right to use, reproduce, and distribute the submitted work for non-commercial purposes (promotion, social media communication, exhibitions, festival archives, etc.).

Should the organizer or partner wish to use the work for commercial purposes (paid advertising campaigns, merchandising, packaging, etc.), negotiations will be conducted with the author to define the terms of rights transfer and appropriate compensation. The organizer reserves the right to add the competition and partner logos to the artwork when it is published, while preserving the integrity of the original message. Proper credit to the designer will be included in all public uses

JURY

The jury consists of renowned professionals in communication and graphic design from the Dzair Creative Ad Awards competition

RESTRICTIONS

Participants must have no professional affiliation with the competition's partners or sponsors (including ThinkerCare) during the evaluation period.

PRIZE

The first prize winner will receive a 100,000 DZD cash prize and the Creative Challenge trophy. The award ceremony will take place during the official DC Awards trophy night.

DEADLINE

All submissions must be completed via the online form on the DC Awards website

www.dc-awards.com/dc-challenge-thinkercare

No later than January 15, 2025, at 11:59 PM



موجز التحدي الإبداعي

دورة 2025

مقدمة

يُعد التحدي الإبداعي مسابقة في التصميم الجرافيكي تُنظم بالتزامن مع جوائز DC Awards في الجزائر. تستهدف هذه المسابقة السنوية جميع المبدعين الجزائريين، سواء المستقلين أو العاملين في الوكالات، وتهدف إلى إبراز المواهب الإبداعية وتمكين المشاركين من استعراض خبراتهم في مجال التصميم الجرافيكي

السياق

في دورة 2025، يتعاون DC Challenge مع مجموعة ThinkerCare حول رؤية جديدة تحمل الشعار : « Care is the new creative » نعيش اليوم في عالم مُكتظ بالصور والرسائل التي تزرع الضغط، الإلحاح، وأحيانًا الشعور بالنقص فماذا لو تحوّل دور الإشهار من المطالبة إلى العطاء؟ للإبداع قدرة حقيقية على لمس المشاعر والتأثير في النفس. وهذا العام، نطمح لأن يكون أداة للتهذئة، لتخفيف العبء الذهني و النفسي، وتقديم لحظة راحة بصرية

الهدف

يهدف هذا التحدي إلى كسر القواعد التقليدية للإعلان وتحويله إلى أداة للراحة النفسية المطلوب هو تخيل تواصل بصري لا يبنى رسالته على الخوف أو القلق، بل على الدعم والطمأنينة إبداع يعتني بالمشاهد قبل أي شيء آخر

التحدي

يُطلب من المشاركين الإجابة عن الموضوع التالي:
« تخيل حملة إعلانية تُشعر من يشاهدها بالراحة إعلانًا يهدئ بدل أن يخلق ضغطًا »



مهمتك:

الفكرة: تصميم ملصق لعلامة تجارية خيالية أو قضية وهمية، يكون هدفها الوحيد هو مفهوم (العناية) التجربة: لا يجب أن يتحدث الملصق عن الهدوء فقط، بل أن يُشعر به فعليًا. من خلال التكوين، الألوان، الكلمات أو الصورة، يجب أن يشعر المشاهد بالراحة فور النظر إليه المقاربة: تحويل المساحة الإعلانية إلى مساحة للتنفّس الذهني

الأسلوب

لا توجد أي قيود على الأساليب المستخدمة. يتمتع المبدع بحرية كاملة في اختيار النهج البصري المناسب، سواء كان ذلك من خلال التصميم الجرافيكي، الرسم، النمذجة ثلاثية الأبعاد، التصوير الفوتوغرافي، التكوين البصري، الملصقات الطباعية، أو أي أسلوب بصري آخر يعبر عن الرؤية المستقبلية.

المواصفات التقنية

نظام الألوان :

يمكن استخدام العمل الفني في الوسائط المطبوعة والرقمية. يجب العمل انطلاقًا من ملفات CMJN قابلة للتحويل إلى RGB، على أن يتم تسليم النسخة النهائية بصيغة RGB صيغة التسليم:

ملف رقمي يُرسل عبر الاستمارة الإلكترونية على الموقع
PDF, PNG, JPEG

النسبة :

أساسية: 16:9 (أفقي)

قابلة للتكيف: 9:16 (عمودي)

الأبعاد :

الحد الأقصى: 3200 × 1800 بكسل

الحد الأدنى: 1600 × 900 بكسل

الجمهور والحساسية الثقافية :

الحملة موجهة للجمهور الجزائري. يجب احترام الخصائص الثقافية وتفادي أي محتوى قد يمس بالقيم الأخلاقية أو التراثية للبلاد.
الجنسية :

يجب أن يكون المشارك جزائري الجنسية



معايير التقييم

سيتم تقييم الأعمال وفقًا لاربعة معايير رئيسية:
الإبداع: أصالة العلامة الخيالية وملاءمة الفكرة المطروحة
التنفيذ: الجودة التقنية والفنية
وضوح الفكرة: قدرة العمل على إيصال رسالة العناية وبناء عالم العلامة الخيالية
الانسجام مع هوية العلامة: احترام موضوع Care وتماسك الهوية المقترحة

حقوق الملكية الفكرية

يحتفظ المشارك بحقوق التأليف الخاصة بعمله. غير أنه يمنح المنظمين والشريك الرسمي مجموعة ThinkerCare الحق في استخدام العمل، إعادة إنتاجه، ونشره لأغراض غير تجارية (الترويج، التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، المعارض، أرشيف المهرجان، إلخ) وفي حال رغبة المنظم أو الشريك في استغلال العمل لأغراض تجارية (حملات إعلانية مدفوعة، منتجات ترويجية، تغليف، إلخ)، يتم فتح باب التفاوض مع صاحب العمل لتحديد شروط التنازل عن الحقوق والتعويض المناسب
يحتفظ المنظم بحق إضافة شعارات المسابقة والشريك على العمل عند نشره، مع الحفاظ على سلامة الرسالة الأصلية، على أن يتم ذكر اسم المصمم في جميع أشكال النشر العلني .

لجنة التحكيم

تتكون لجنة التحكيم من محترفين معروفين في مجالي التسويق والتصميم الجرافيكي، من ضمن فعاليات DC Awards

القيود

يُشترط ألا يكون للمشارك أي علاقة مهنية مع شركاء أو رعاية المسابقة (لا سيما ThinkerCare) خلال فترة التقييم

الجائزة

يحصل الفائز بالجائزة الأولى على قسيمة بقيمة 100,000 دينار جزائري بالإضافة إلى لقب تحدي المبدعين و يتم تسليم الجائزة خلال الحفل الرسمي لتوزيع جوائز DC Awards



الآجال

يجب إرسال جميع المشاركات عبر الاستمارة الإلكترونية على موقع:
www.dc-awards.com/dc-challenge-thinkercare
قبل 15 جانفي على الساعة 23:59