

"DESIGN IS MONEY"

Concept

Chaque participant devra concevoir le design d'un billet de banque imaginaire, reflet de sa vision de la valeur, de la créativité et de la contribution du design à l'économie.

Ce billet symbolisera non seulement la richesse créative, mais aussi l'impact économique et culturel du design dans notre société.

Profil éligible

Être designer graphique, illustrateur, ou étudiant en design (freelance, en agence ou en formation).

Création originale

Soumettre une œuvre inédite et personnelle, conçue spécialement pour le concours. (Toute reproduction ou plagiat entraînera la disqualification.)

Critère de sélection

Originalité et créativité du concept

Capacité à proposer une vision unique et inspirante du thème "Design is Money".

Pertinence du message

Cohérence entre l'idée, la symbolique du billet et la réflexion sur la valeur du design.

Qualité graphique et exécution technique

Maîtrise visuelle, composition, harmonie, typographie et finition professionnelle.

Date time de soumission

17 Novembre 2025

Lien de soumission

<https://aphrycreativesummit.com/challenge>

Objectif principal

Sensibiliser les designers à la valeur économique de leur créativité à travers un challenge symbolique autour de la notion d'argent, tout en stimulant la réflexion sur le lien entre design, valeur et économie créative.

Thématique à respecter

Le visuel doit illustrer le thème "Design is Money" la relation entre créativité, valeur et économie.

Format de soumission

- Format numérique (PDF)
- Résolution minimale du billet : 6000x2000 px, 300 dpi
- Le visuel doit représenter un billet de banque imaginaire (liberté sur le style, la couleur et la symbolique).

Impact culturel et symbolique

Capacité à intégrer des éléments représentatifs de la culture africaine, du contexte économique ou du rôle du design dans la société.

Force du storytelling

Chaque participant devra accompagner sa création d'un court texte explicatif (max. 150 mots) présentant son concept et la signification de son billet.