



SOUS EMBARGO : 2 décembre 2019 - 21h30

COMMUNIQUE DE PRESSE – Paris, le 2 décembre 2019

26^e édition des prix Effie France
BOUYGUES TELECOM, obtient le Grand prix Effie France 2019
dans la catégorie Autres services pour sa campagne « Noël inoubliable »
réalisée par l'agence **BETC** (agence médias : Performics)

Pour cette édition 2019 d'Effie organisée par l'AACC (Association des agences-conseils en communication) et l'Union des marques, qui s'est tenue ce soir au Théâtre de Paris, trente-deux campagnes de communication ont été récompensées par un jury de professionnels pour leur efficacité mesurée et prouvée, dont douze d'un Effie Or. Chacune d'entre elles illustre la contribution majeure de la communication au succès des entreprises.

L'année 2019 marque les 50 ans des prix Effie dans le monde, qui depuis leur création récompensent les annonceurs et leur agence pour l'efficacité de leurs campagnes de communication.

Bouygues Telecom remporte le Grand prix Effie 2019 en faisant danser les Français et devient ainsi le premier opérateur en croissance sur le mobile

La campagne de Bouygues Telecom, réalisée par l'agence BETC, s'inscrit en rupture d'une période marquée par une suractivité promotionnelle dans l'univers des opérateurs télécom avec l'idée de recentrer le discours sur les moments partagés, vraie valeur de Noël. Aux objectifs commerciaux s'ajoute la volonté de l'opérateur de poursuivre la construction de la marque autour d'une technologie qui rapproche et contribue à créer des moments de vie déterminants. Déployée en télévision, radio et digital, la campagne s'est également rapidement propagée via les réseaux sociaux, en particulier grâce à sa musique, fil rouge de cette belle histoire familiale, tube de... 1973 « *Come and get your love* » de Redbone. Les résultats ont été au rendez-vous. Cette campagne a permis à Bouygues Telecom d'atteindre ses objectifs commerciaux de Noël 2018 et au-delà de connaître un très bon début d'année 2019. Avec 149 000 nouveaux clients au premier trimestre de cette année, Bouygues Telecom est en effet devenu le premier opérateur en croissance sur le mobile. La campagne a également contribué à la construction du capital de marque de l'opérateur avec une croissance de 12 % (source Ipsos).

3 prix spéciaux pour mettre en valeur les grands leviers de l'efficacité

La campagne de Disneyland Paris « *The little duck* », réalisée par BETC et Zenith, obtient le Prix de l'impact de la création grâce à son film diffusé le jour de Noël 2018 et mêlant réalisme et imaginaire à travers l'histoire d'un caneton dans lequel toutes les générations pouvaient retrouver leur âme d'enfant. The « *little duck* » a permis à 78 % des plus exposés à la campagne de déclarer que le parc offre « une expérience dont on se rappelle longtemps » (Source Ipsos – avril 2019).

La campagne de l'Assurance maladie pour le « Lancement du dossier médical partagé », réalisée par Les Présidents et Dentsu Aegis Network, obtient le Prix spécial de l'optimisation de la stratégie d'action. Le succès de ce 3^e lancement du dossier médical partagé (DMP) était loin d'être assuré mais la stratégie adoptée qui consistait à mettre en avant de manière simple les bénéfices de cette proposition s'est révélée la bonne. En 8 semaines de campagne, la notoriété du dossier médical partagé a atteint 49 % (soit 25 points de plus qu'avant la campagne – Source BVA) et 1,6 million de dossiers ont été ouverts soit presque autant que depuis la création du DMP il y a 8 ans.

La campagne « Bordeaux 2050 » de l'Association des journalistes pour l'environnement (AJE), réalisée par McCann Paris et Weber Shandwick, obtient le Prix de l'originalité du dispositif. Le changement climatique est une véritable menace pour notre société. Pour faire passer ce message, l'AJE a choisi de créer avec un œnologue ce que pourrait être un Bordeaux en 2050 et d'en orchestrer le lancement auprès de journalistes et d'institutionnels. Ce message de responsabilité a été largement partagé jusqu'aux Nations Unies dont la secrétaire générale au changement climatique a assuré la promotion. Grâce à cette campagne, les adhésions à l'AJE ont progressé de 14 % en avril 2018.

BETC : agence de l'année Effie France 2019

Lancé en 2011, l'Effie Index est un classement des agences et des annonceurs finalistes d'au moins une des 47 compétitions Effie nationales ou régionales organisées chaque année dans le monde. L'Effie Index est établi à partir d'un barème de points lié au prix remporté (Grand Prix, Or, Argent, Bronze mais aussi finalistes). C'est le seul classement qui permet d'identifier les agences et les annonceurs ayant développé les campagnes les plus efficaces de l'année.

La base de données de l'efficacité permettant d'accéder à toutes les campagnes primées par un Effie dans le monde est accessible à l'adresse suivante : <http://www.effieindex.com/>

Effie : la marque de l'efficacité de la communication dans le monde fête ses 50 ans !

Effie France, organisée par l'AACC et l'Union des marques, s'inscrit dans une dynamique mondiale portée par la marque Effie Worldwide. Créée aux Etats-Unis et déployée dans cinquante-cinq pays sur tous les continents, EFFIE Worldwide fête cette année ses 50 ans.

Sa vocation est de démontrer partout dans le monde l'efficacité de la communication, véritable levier de la compétitivité des entreprises. A l'occasion de ce 50e anniversaire, Effie Worldwide a créé « 5 for 50 », une compétition-événement destinée à récompenser 5 stratégies les plus efficaces des 50 dernières années. Apple, Dove (« Pour toutes les beautés »), IBM, Mastercard et Nike ont ainsi été récompensés le 31 mai dernier au cours d'une soirée qui s'est tenue à New York.

Le jury Effie France 2019, présidé par Gérard Lopez (BVA) et composé de représentants des agences, des annonceurs, des médias ainsi que de professionnels du marketing, a attribué trente prix, trois prix spéciaux et un Grand Prix. Ils ont été remis le 2 décembre 2019 au Théâtre de Paris, au cours d'une soirée animée par Thomas Misrachi. Elle réunissait huit cents professionnels de la communication.

Les descriptifs et les principales clés du succès des campagnes récompensées cette année par un Effie Or et des campagnes ayant figuré au palmarès d'Effie depuis 1994 sont consultables sur le site www.effie.fr.

A propos du prix Effie - Organisé par l'AACC (Association des agences-conseils en communication) et l'Union des marques, le prix Effie est depuis 1994 **le seul prix qui, en France, récompense les annonceurs et leurs agences sur la base de l'efficacité mesurée et prouvée de leurs campagnes de communication**. Véritable référence de toute une profession, Effie est l'occasion unique de faire valoir le rôle central de la communication dans la vie des entreprises.

Cette 26^e édition du prix Effie a reçu le soutien :

- de la régie publicitaire de la presse quotidienne régionale, **366**
- de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (**ARPP**),
- de l'Institut de recherches et d'études publicitaires (**Irep**),
- de la Fédération française des professionnels de la communication par l'objet (**L'Objet Media**)
- du Syndicat des éditeurs de la presse magazine (**SEPM Marketing & Publicité**),
- du Syndicat national de la publicité télévisée (**SNPTV**),
- du Syndicat de la presse quotidienne nationale (**SPQN**),
- du Syndicat des régies internet (**SRI**),
- de l'Union des entreprises de conseil et achat média (**Udecam**),

Cap Tag, CB News, Facebook, JCDecaux, Kantar, YouTube, soutiens du prix Effie ont également contribué à la réussite de cet événement.

À propos de l'AACC :

L'Association des Agences-Conseils en Communication, est un syndicat professionnel créé en 1972, il regroupe plus de 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 7 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de commissions transversales qui accompagnent les agences-membres sur des sujets fondamentaux : talents, juridique, droit social, finance, développement durable. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC. www.aacc.fr

À propos de l'Union des marques :

L'Union des marques est l'organisation représentative des marques. Elle compte 6600 membres au sein de ses 230 entreprises adhérentes, de toutes tailles, tous statuts et tous secteurs et représente plus de 1500 marques. Elle a pour mission de promouvoir la liberté de communiquer en développant une communication responsable et de renforcer l'efficacité des actions marketing et communication. L'Union des marques est une plateforme d'inspiration et d'échange, de mise en contact, d'accompagnement et de représentation. www.uniondesmarques.fr

Contact presse AACC : Vae Solis - Clémence Naizet : clemence.naizet@vae-solis.com - 06 29 94 54 86

Contact presse Union des marques : O connection - Valérie Hackenheimer : vhackenheimer@oconnection.fr - 06 12 80 35 20 ou Floriane Monnier : fmonnier@oconnection.fr - 01 41 18 85 55

Grand Prix

BOUYGUES TELECOM

NOEL INOUBLIABLE

BETC

PERFORMICS

Palmarès 2019

« SOUS EMBARGO TOUS MEDIAS – Lundi 02-12-19 – 21H30 »

PALMARES STRICTEMENT CONFIDENTIEL

ALIMENTATION

OR

BURGER KING FRANCE

KING DEAL

BUZZMAN

KR WAVEMAKER

ARGENT

BLEDINA

**ON MANGE MIEUX QUAND
ON EST CURIEUX**

BETC

MEDIACOM/GROUPM & I-PROSPECT

BRONZE

MONDELEZ

PATAMILKA

BUZZMAN

KR WAVEMAKER

BOISSONS

OR

PERRIER

LE LIONCEAU

OGILVY PARIS

ZENITH

ARGENT

McDONALD'S FRANCE

McCAFE FLASH STORIES

TBWA\PARIS

OMD/STARCOM

BIENS DURABLES

ARGENT

LE PARFAIT

**CONSERVONS CE QUE LE MONDE
A DE MEILLEUR**

GYRO:PARIS

VIZEUM

AUTOMOBILE

OR

ŠKODA FRANCE

UGLY IN THE 90'S

ROSAPARK
RE-MIND PHD

ARGENT

VOLKSWAGEN

**COMMUNICATION TACTIQUE
2018**

DDB PARIS
RE-MIND PHD

BRONZE

DS AUTOMOBILES

**DS 7 CROSSBACK, DE L'AUDACE NAIT
L'EXCELLENCE**

LA MAISON
MEDIACOM

DISTRIBUTION

OR

CARREFOUR

ACT FOR FOOD

PUBLICIS
MARCEL
ARENA

ARGENT

SAINT MACLOU

LES TUTOS

PROXIMITY
CLM BBDO
HAVAS MEDIA

BRONZE

SYSTEME U

COMMERCANTS AUTREMENT

TBWA\PARIS
MYMEDIA

MODE ACCESSOIRE LUXE

ARGENT

RALPH LAUREN

HOLIDAY - 50 GIFTS

ZENITH

HYGIENE BEAUTE SANTE

OR

ZEISS FRANCE

#SAUVERMESYEUX

GYRO:PARIS
DENTSU AEGIS NETWORK

COMMUNICATION CORPORATE

OR

McDONALD'S FRANCE

**CHEZ McDO, J'APPRENDS A
CHAQUE INSTANT**

TBWA\
OMD/STARCOM

BANQUE ASSURANCE

OR

DIRECT ASSURANCE

SCRIPT

DAN PARIS
HAVAS MEDIA

ARGENT

BOURSORAMA BANQUE

PINK WEEK-END

BUZZMAN
VIZEUM

BRONZE

HELLO BANK! par BNP PARIBAS

T'ARRIVES A SUIVRE ?

PUBLICIS CONSEIL
HAVAS MEDIA

AUTRES SERVICES

OR

BOUYGUES TELECOM

NOEL INOUBLIABLE

BETC
PERFORMICS

ARGENT

MATCH GROUP – MEETIC FRANCE

START SOMETHING REAL

MARCEL
FULLSIX

BRONZE

ORANGE FRANCE

KEEP CHRISTMAS WONDERFUL

PUBLICIS CONSEIL
HAVAS MEDIA

COMMUNICATION PUBLIQUE ET D'INTERET GENERAL

OR

MINISTERE DU TRAVAIL

#DEMARRETASTORY

GYRO:PARIS
PARTIES PRENANTES
CARAT

ARGENT

L'ASSURANCE MALADIE

**LANCEMENT NATIONAL DU
DOSSIER MEDICAL PARTAGE (DMP)**

LES PRESIDENTS
DENTSU AEGIS NETWORK

BRONZE

SANTE PUBLIQUE FRANCE

MOIS SANS TABAC 2018

DDB PARIS
CARAT

ONG

OR

ENFANCE ET PARTAGE

ÇA VA

INNOCEAN WORLDWIDE FRANCE
HAVAS MEDIA

ARGENT

LA CLOCHE/LE CARILLON

POUSSEZ LA PORTE

TBWA\CORPORATE

CULTURE ET LOISIRS

OR

DISNEYLAND PARIS

THE LITTLE DUCK

BETC
ZENITH

ARGENT

UBISOFT

FACE YOUR RIDE - THE CREW 2

PROXIMITY
CLM BBDO

BRONZE

McDONALD'S FRANCE

OMY

TBWA\PARIS
OMD/STARCOM

PETITS BUDGETS ET OPERATIONS SPECIALES

OR

ASSOCIATION DES JOURNALISTES
POUR L'ENVIRONNEMENT (AJE)

BORDEAUX 2050

McCANN PARIS
WEBER SHANDWICK

ARGENT

GENERAL MILLS

EXTRÄA HD – HÄAGEN-DAZS

PROXIMITY

ANNONCEURS PME PMI

ARGENT

LE PARFAIT

**CONSERVONS CE QUE LE MONDE
A DE MEILLEUR**

GYRO:PARIS
VIZEUM

LES PRIX SPECIAUX

IMPACT DE LA CREATION

DISNEYLAND PARIS

THE LITTLE DUCK

BETC
ZENITH

OPTIMISATION DE LA STRATEGIE
D'ACTION ET PERFORMANCE

L'ASSURANCE MALADIE

**LANCEMENT NATIONAL DU
DOSSIER MEDICAL PARTAGE (DMP)**

LES PRESIDENTS
DENTSU AEGIS NETWORK

ORIGINALITE DU DISPOSITIF

ASSOCIATION DES JOURNALISTES
POUR L'ENVIRONNEMENT (AJE)

BORDEAUX 2050

McCANN PARIS
WEBER SHANDWICK

COMPOSITION DU JURY FINAL

Président : Gérard Lopez, Président de BVA

Collège agences :

Bertrand Nadeau, Directeur Général, Fuse (new)
Lucas Denjean, Directeur Général Sensiogrey (new)
Nicolas Levy, Marcel Directeur général/CSO (new)
Julien Lemoine, Vice-Président BBDO (new)
Stéphane Perrot, Directeur Général SERVICEPLAN France (new)

Collège média 2019 :

Brigitte Bizalion, Déléguée Générale SEPM Marketing & Pub
Bruno Ricard, Directeur Général Adjoint Marketing, Etudes & Communication 366
Isabelle Vignon, **Déléguée Générale** SNPTV (new)
Jean Muller, Directeur Général commerce et développement JCDecaux
Hélène Chartier, Directrice Générale SRI (new)

Collège Marketing 2019 :

Véronique Drecq, Program Manager LVMH Chair, professeur à l'ESSEC
Pierre Volle, Professeur de Marketing & Customer management, Université Paris-Dauphine – Université PS - Co-Directeur du Master Marketing & Stratégie, parcours Conseil et Recherche - Président honoraire de l'Association Française du Marketing Université Dauphine
Valérie Morisson, Managing Director CESP
Benoit Tranzer, Global Service Line Leader Brand Health Tracking Ipsos
Anne-Lise Tournel, Head of Media & Creative Domains | France Insights Division Kantar (new)

Collège annonceurs 2019 :

Anne Donnay-Molinier, Directrice Marketing Lindt (new)
Sébastien IMBERT, CMO Microsoft France (new)
Sandrine Burgat, Directrice de la Marque & de la Communication Système U (new)
Catherine Legorgeu, Directrice Stratégie & Expertise Marketing Lactalis (new)
Benoit Radenne, Digital marketing director Lego (new)

LES GRANDS PRIX EFFIE DEPUIS 1994

- 1994 **LEVER FABERGE** « Omo est là et crapoto basta » - **LOWE ALICE**
- 1995 **PEUGEOT** « 806, les enfants la conseillent à leurs parents » - **BETC EURO RSCG**
- 1996 **EVIAN** « L'eau et l'air » - **BETC EURO RSCG**
- 1997 **INTERBREW** « Hoegaarden » - **CALLEGARI BERVILLE GREY**
- 1998 **SNCF** « L'anti-stress » - **TBWA\PARIS**
- 1999 **CARREFOUR** « Un mois jamais vu en France » - **FCA - PUBLICIS**
- 2000 **EUROSTAR** « My beautiful London » - **YOUNG & RUBICAM**
- 2001 **DECATHLON** « A fond la forme » - **YOUNG & RUBICAM**
- 2002 **LES PAGES JAUNES** « Les runners » - **CALLEGARI BERVILLE GREY**
- 2003 **INPES** « Alerte sanitaire anti-tabac » - **BETC EURO RSCG**
- PRIX DE LA DECENNIE 1994-2003 : **LEVER FABERGE** « Omo est là et crapoto basta » - **LOWE ALICE**
- 2004 **VOLKSWAGEN FRANCE** « Golf Wembley » - **.V. DDB**
- 2005 **CEGETEL** « La vitesse vous manque ? » - **SCHER LAFARGE**
- 2006 **118 218 LE NUMERO** « Campagne de lancement du 118 218 » - **AGENCE .V.**
- 2007 **MINISTERE DU TRAVAIL, DES RELATIONS SOCIALES ET DE LA SOLIDARITE** « Violences conjugales - lancement du 3919 » - **CLM BBDO**
- 2008 **WILKINSON/ENERGIZER** « Fight for kisses » - **JWT Paris**
- 2009 **NESTLE NESPRESSO SA** « George Clooney III » - **McCann Paris**
- 2010 **DANONE EAUX/EVIAN** « Roller Babies » - **BETC Euro RSCG**
- 2011 **SFR** « SFR Business Team - Lambert et son patron » - **Leg. - Carat - FullSIX**
- 2012 **SYSTEME U** « U, le commerce qui profite à tous » - **TBWA\Paris - My Media**
- 2013 **INPES** « PuceauX » - **McCann Paris - Carat**
- 2014 **McDONALD'S FRANCE** « No logo » - **TBWA\Paris - OMD**
- 2015 **LACOSTE** « Life is a beautiful sport » - **BETC - Havas Media**
- 2016 **MEETIC** « #loveyourimperfections » - **Buzzman – Vizeum**
- 2017 **MONOPRIX** « Stratégie de reconquête 2017 » - **Rosapark – Blue 449**
- 2018 **INTERMARCHE** « Aider les Français à manger mieux tous les jours » - **Romance – Zenith**
- 2019 **BOUYGUES TELECOM** « Noël inoubliable » - **BETC –**