



COMMUNIQUÉ SOUS EMBARGO | 4 DÉCEMBRE 21H30

**La campagne « Megane E-Tech 100% électrique »
réalisée par Publicis Conseil avec OMD
pour RENAULT, élue Grand prix Effie France 2023**

Paris le 4 décembre 2023 | En 2023, Effie France, organisé par l'AACC (Association des Agences-Conseils en Communication) et l'Union des marques, célèbre ses 30 ans : l'occasion de mettre en lumière la capacité de la communication à faire bouger les entreprises et les marques et à accompagner la transformation des comportements.

Cette année, 35 campagnes de communication figurent au palmarès, 12 sont récompensées d'un Effie Or.

Les palmarès Effie de ces trente premières années ont couronné plus de 320 campagnes parmi plus de 3000 créations en lice. Toutes ces campagnes distinguées ont permis de démontrer la puissance de la communication au service des entreprises, de l'économie et de la société.

Les débats du jury sont toujours passionnants. Ils obligent chacun à dépasser le pouvoir de séduction qu'exercent les campagnes pour se concentrer sur ce qui fait vraiment la différence : leur capacité à apporter les preuves que la communication a permis d'atteindre, voire de dépasser, les objectifs fixés à la campagne.

Les catégories « **Pure players** », « **Efficacité dans la durée** » et « **Responsabilité/changement positif** », créées ces trois dernières années, ont attiré à elles seules une quinzaine de campagnes, démontrant ainsi leur pertinence. C'est le reflet de l'évolution du secteur mais aussi de l'évolution de la communication en prise avec la société.

Megane e-tech 100% électrique : les chevaux de la victoire

Les résultats de la campagne de lancement de la « Megane E-Tech 100 % électrique » de Renault, allégorie du passage de l'ancien monde des chevaux au nouveau monde des kilowatts, réalisée par Publicis Conseil avec OMD ont été au rendez-vous. Les ventes de Megane E-Tech ont en effet dépassé les objectifs fixés par Renault, soit + 46.35% de véhicules vendus. De juin à décembre 2022, Megane E-Tech est devenue n°1 des ventes de voitures électriques sur le marché des ventes à particuliers, à peine un mois après son lancement et n°1 du marché des berlines du segment C (sources : AAA Data juin/décembre 2022). La campagne a également profité à l'image globale de la marque puisque l'indicateur « Me donne une meilleure image de la marque Renault » a gagné 26 points à celui du benchmark des campagnes Renault depuis 2019 (source : Kantar, Customer & Market Intelligence, 2022).

Le prix or de la catégorie « Responsabilité changement positif » est remporté par la campagne « Fin des prospectus en boîtes aux lettres » de E. Leclerc réalisée par BETC Paris avec OMD.

Les objectifs ont très rapidement été atteints puisque des progressions de 16 à 17 points ont été observées sur les items où Leclerc est reconnu comme une marque luttant contre le gaspillage et agit en faveur de l'environnement et de façon responsable envers la société (source : Ipsos, janvier 2023 vs janvier 2022). L'appli Mon E.Leclerc a installé le succès de la campagne puisque le nombre d'utilisateurs actifs a doublé en 4 mois (source : interne).

Le prix or de la catégorie « Efficacité dans la durée » est remporté par la campagne « Saga familiale » de Crédit Mutuel réalisée par Havas Paris Seven avec Arena Media

Cette catégorie récompense les campagnes qui apportent des preuves de leur efficacité sur au moins trois années consécutives. Remporté l'an passé par les communications de Boursorama Banque, l'or est attribué cette année à la campagne « Saga familiale » de Crédit Mutuel « une banque qui appartient à ses clients, ça change tout ». Le Crédit Mutuel est devenu la banque avec la meilleure image auprès des français depuis 12 ans et a gagné plus de 1,4 million de clients sociétaires en 12 ans. (source Baromètre Posternak/Ifop 2010-2022). Le Crédit Mutuel est devenu la banque à réseau la plus recommandée par ses clients, les 3 campagnes de marque qui ont porté cet objectif lui ont également permis de gagner la 3^e place en notoriété spontanée entre 2010 et 2022 soit + 4 places (sources : Ipsos (2010) et Ifop (2022)).

Cette 30^e édition est organisée en partenariat avec 366, l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité), l'IREP, le SNPTV (Syndicat national de la publicité télévisée), le SRP (Syndicat des régies publishers), l'Udecam (Union des entreprises de conseil et d'achat media) avec le soutien de CB News, de l'Iseg, de JCDecaux, de Kantar, de Thalie Santé et de YouTube.

EFFIE : la marque de l'efficacité de la communication dans le monde

Organisée par l'AACC et l'Union des marques, cette nouvelle édition s'inscrit dans une dynamique mondiale portée par la marque EFFIE Worldwide créée en 1968 aux Etats-Unis et déployée dans quarante-sept pays sur tous les continents.

Sa vocation est de démontrer partout dans le monde l'efficacité de la communication, véritable levier de la compétitivité des entreprises. Ainsi, le 5 décembre seront décernés à Bruxelles les « Effie Awards Europe » aux campagnes apportant des preuves de leur efficacité dans au moins 3 pays d'Europe.

Le jury EFFIE France 2023, présidé par Gérard Lopez (BVA) et composé de représentants d'agences, d'annonceurs, de médias ainsi que de professionnels du marketing, a distingué 35 campagnes. Elles ont été récompensées le 4 décembre 2023, au cours d'une soirée animée par Charlotte Bricard, qui a réuni 600 professionnels au théâtre du Rond-Point à Paris.

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 sont consultables sur le site www.effie.fr.

Publicis Conseil : agence de l'année 2023

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/>

Contact presse AACC : Loraine Roncin | Ironcin@aacc.fr

Contact presse Union des marques : Kevin Sdrigotti | ksdrigotti@uniondesmarques.fr

Contact presse Vae Solis : Sara-Louise Boukara | sara-louise.boukara@vae-solis.com

A propos AACC | L'AACC est un syndicat professionnel créé en 1972, il regroupe plus de 130 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 6 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé. Elle dispose de commissions transversales qui accompagnent les agences membres sur des sujets fondamentaux : développement, droit social, finance, juridique, RSE. 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

A propos de l'Union des marques | L'Union des marques est l'organisation représentative des marques de toutes tailles et tous secteurs. Elle a pour raison d'être : « Unis pour construire des marques durables ». Elle promeut une communication et un marketing responsables et œuvre à renforcer leur efficacité et leur sécurité. L'Union des marques est une plateforme d'inspiration et d'échange, de mise en contact, d'accompagnement et de représentation qui regroupe aujourd'hui 250 entreprises adhérentes, plus de 1600 marques et 7000 membres. Pour en savoir plus : www.uniondesmarques.fr

A propos 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.



Grand Prix

RENAULT

MEGANE E-TECH 100% ELECTRIQUE

PUBLICIS CONSEIL
OMD

PALMARÈS 2023

ALIMENTATION

OR

PICARD SURGELÉS

L'ANTI-GASPI PAR PICARD

SCORE DDB
IPROSPECT

ARGENT

LA VIE

LARDONS VÉGÉTAUX

BUZZMAN

BOISSONS

ARGENT

SCHWEPPE

APÉRO TIME

TBWA\PARIS
WAVEMAKER

BRONZE

TOURTEL TWIST

TRINQUONS AU TOUR

MARCEL
INITIATIVE

BIENS DURABLES

ARGENT

CONFORAMA

À CHACUN SON CANAPÉ

TBWA\PARIS – BUY TBWA\
REPEAT

MOBILITÉS

OR

RENAULT

MEGANE E-TECH 100% ELECTRIQUE

PUBLICIS CONSEIL
OMD

ARGENT

MIDAS

LA E-RÉVISION

DENTSU CREATIVE FRANCE
HAVAS MEDIA

DISTRIBUTION ET RESTAURATION

OR

GRAND FRAIS

RÉGALEZ-VOUS, FAITES VOS COURSES

ROSA PARIS
WAVEMAKER

ARGENT

INTERMARCHÉ

DRIVE - SUR LA ROUTE

ROMANCE
ZENITH

BRONZE

MCDONALD'S FRANCE

EMILY IN PARIS x MCBAGUETTE

STARCOM FRANCE
TBWA\PARIS

MODE ET ACCESSOIRES

BRONZE

PROMOD

PROFEMMES

SAATCHI & SAATCHI FRANCE
PUBLICIS CONNECT

BEAUTÉ SANTÉ BIEN ÊTRE

OR

RECKITT - VEET MEN

ODYSSEY

BETC PARIS
DENTSU

ARGENT

SANOFI

PHYTOXIL FORCE DE LA NATURE

PUBLICIS CONSEIL

BRONZE

ATOL

LA FAMILLE ATOL

ROMANCE
MEDIALIST

COMMUNICATION CORPORATE ET BTOB

OR

VOLKSWAGEN GROUP FRANCE

1000 TALENTS

DDB PARIS
GOLDEN BEES

ARGENT

MERCEDES BENZ UTILITAIRES

LES VIEILLES PUBS

TBWA\PARIS – BUY TBWA\
OMD

SERVICES : BANQUE ASSURANCE

OR

MACIF

SANS FILTRE

ESPÉRANCE - THE GOOD COMPANY
NOVAD - VALUES

ARGENT

BOURSORAMA BANQUE

JEAN DUJARDIN

BUZZMAN

BRONZE

ALLIANZ FRANCE

ON PROFITE MIEUX QUAND ON EST BIEN ASSURÉ

OGILVY PARIS

AUTRES SERVICES

OR

FREE

REEF

BUZZMAN

ARGENT

MEILLEURS AGENTS

LES CRITÈRES

INTERRUPTION
HEROIKS

COMMUNICATION PUBLIQUE

OR

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES
FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE

L'IMPÔT S'ADAPTE À VOTRE VIE

INSIGN
DENTSU PUBLIC

ARGENT

SANTÉ PUBLIQUE FRANCE

NON

ROMANCE

CULTURE ET LOISIRS

OR

CANAL+

RAT+

BETC PARIS
HAVAS MEDIA

ARGENT

FNAC-DARTY

**UNRECOMMENDED BY THE
ALGORITHM**

PUBLICIS CONSEIL
HAVAS MEDIA

BRONZE

PUY DU FOU

ON VA VOUS PRENDRE POUR UN FOU

HUNGRY AND FOOLISH
ARENA MEDIA

PURE PLAYERS

ARGENT

MEETIC

SERIOUS DATING, CRAZY LOVE.

WNP
HAVAS MEDIA

BRONZE

MEILLEURS AGENTS

LES CRITÈRES

INTERRUPTION
HEROIKS

RESPONSABILITÉ / CHANGEMENT POSITIF

OR

E.LECLERC

**FIN DES PROSPECTUS EN BOITES
AUX LETTRES**

BETC PARIS
OMD

PETITS BUDGETS ET OPÉRATIONS SPÉCIALES

OR

BURGER KING FRANCE

ARKUNIR

BUZZMAN

ARGENT

SIDACTION

LES TUBES QUI PROTÈGENT

THE GOOD COMPANY
VALUES

BRONZE

HONDA MOTO FRANCE

DISPOSITIF CONTRE-OFFENSIVES

DDB PARIS

EFFICACITÉ DANS LA DURÉE

OR

CRÉDIT MUTUEL

SAGA FAMILIALE

HAVAS PARIS SEVEN
ARENA MEDIA

ARGENT

ORANGE

PROGRAMME RE

PUBLICIS CONSEIL

BRONZE

MCDONALD'S

MCDONALD'S LIVRES

TBWA\PARIS
STARCOM

PRÉSIDENT DU JURY : GERARD Lopez, BVA



COLLÈGE AGENCES

- Thomas Cléret, Marcel
- Delphine Drutel, Rosa paris
- Cécile Lejeune, VML
- Capucine Pierard, Havas Media
- Luc Wise, The good company

COLLÈGE MEDIA

- Fabienne Marquet, SRP
- Jean Muller, JCDECAUX
- Bruno Ricard, 366
- Vanessa Vankemmel Sebban, YouTube
- Isabelle Vignon, SNPTV

COLLÈGE MARKETING

- Luc Balleroy, Opinion Way
- Valérie Morrison, CESP
- Anne-Lise Tournel, Kantar
- Benoit Tranzer, IPSOS
- Pierre Volle, Université Paris Dauphine

COLLÈGE ANNONCEURS

- Benoit Bucco, Reckitt
- Florian Combres, Axa
- Nathalie Jacquier, Decathlon
- Nathalie Le Garlantezec, FDJ
- Aurélien Pernot, EDF

LES GRANDS PRIX EFFIE DEPUIS 1994

- 1994 **LEVER FABERGE** « Omo est là et crapoto basta » **LINTAS**
- 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!BMZ**
- 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 DÉCENNIE 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** avec FullSIX
- 2012 **SYSTEME U** « U, le commerce qui profite à tous » **TBWA\Paris** avec My Media
- 2013 **INPES** « PuceauX » **McCann Paris** avec Carat
- 2014 **McDONALD'S FRANCE** « No logo » **TBWA\Paris** avec OMD
- 2015 **LACOSTE** « Life is a beautiful sport » **BETC** avec Havas Media
- 2016 **MEETIC** «#loveyourimperfections » **Buzzman** avec Vizeum
- 2017 **MONOPRIX** « Stratégie de reconquête 2017 » **Rosapark** avec Blue 449
- 2018 **INTERMARCHÉ** « Aider les Français à manger un peu mieux tous les jours » **Romance** avec Zenith
- 2019 **BOUYGUES TELECOM** « Noël inoubliable » **BETC** avec Performics
- 2020 **JENNYFER** « Don't call me Jennyfer » **Buzzman**
- 2021 **BURGER KING FRANCE** « Confinement » **Buzzman** avec KR Wavemaker
- 2022 **BACK MARKET** « New is old » **Marcel** avec Heroiks
- 2023 **RENAULT** « Megane E-Tech 100% électrique » **Publicis Conseil** avec OMD