



## **La campagne « On s’habitue vite à la classe Ulys », réalisée par Buzzman avec Havas Media France pour Vinci Autoroutes est élue Grand prix Effie France 2024**

**Effie France, organisé par l’AACC (association des agences conseils et création) et l’Union des marques, célèbre cette année encore la capacité de la communication à transformer les entreprises et les marques, à encourager l’évolution des comportements et à construire de nouveaux imaginaires. 38 campagnes de communication qui ont su apporter les preuves de leur efficacité figurent au palmarès de cette 31e édition, 12 sont récompensées d’un Effie Or.**

Si les campagnes qui composent ce palmarès Effie France 2024 émanent de secteurs d’activité très différents et répondent chacune à des objectifs spécifiques, elles présentent néanmoins des convergences : beaucoup mettent en avant l’engagement des marques en faveur des évolutions sociétales (NYX, Gallia, L’Oréal, Orange France...) et des changements de comportement. Parallèlement, on observe que dans un environnement incertain et morose, les Français apparaissent particulièrement sensibles aux marques qui adoptent le ton de l’humour (Ulys, Intermarché...) ou celui de la convivialité et du vivre ensemble (McCain, Heetch...). Chacune des campagnes primées place la créativité au cœur de son dispositif.

Créée en 2023, la catégorie « Efficacité dans la durée » met en lumière des histoires de marques qui se construisent dans la durée et qui, grâce à une collaboration étroite avec leur agence, parviennent à nouer une relation de proximité et de confiance avec leurs publics.

### **« On s’habitue vite à la classe Ulys » : les ventes de badges de télépéage en hausse de 30 %.**

Pour accroître sa différenciation, Ulys, leader du marché des badges de télépéage, souhaitait ajouter une valeur émotionnelle à un service qui – jusqu’alors - en était dépourvu. Buzzman a déployé un registre humoristique et misé sur la jubilation que peut procurer le fait de passer devant tout le monde au péage. La campagne a été déclinée par Havas Media France en télévision, en affichage, en digital et en radio. Elle a permis à Ulys en 2023 de surperformer avec une augmentation significative de sa notoriété (+ 23 points) et une progression de 30% de ses ventes de badges (sources : YouGov et interne).

### **L’or de la catégorie « Responsabilité changement positif » revient à la campagne « La compil’ des bleues » d’Orange France réalisée par Marcel avec Havas Media France.**

Orange, sponsor historique des équipes masculines et féminines du football en France, est parvenu au travers de sa campagne à transformer le regard des Français sur le football féminin en combattant les clichés et en luttant de facto contre le sexisme présent dans notre société. L’idée était de dénoncer les préjugés liés au foot féminin en démontrant que le regard posé sur le jeu est différent selon qu’il s’agit d’une équipe féminine ou masculine. À l’issue de la campagne, 94 % des amateurs de football de plus de 16 ans déclaraient avoir envie de s’intéresser au football féminin et, au-delà, 89 % déclaraient prendre conscience des préjugés et des clichés sexistes dans la société. (Source Freethinking). Cette campagne illustre parfaitement le rôle que peut jouer la publicité pour changer les comportements et la force de la création dans la société.

**L'or de la catégorie « Efficacité dans la durée » est remporté par la campagne « Pour un monde encore plus fruiit » pour Oasis de Suntory réalisée par Marcel avec Wavemaker**

Cette catégorie récompense les campagnes qui apportent des preuves de leur efficacité sur au moins trois années consécutives. Le prix or est attribué à Suntory pour ses campagnes Oasis développées au cours des 3 dernières années. Elles ont permis à la marque de gagner entre 2020 et 2023, 4,3 points de notoriété spontanée et 8,1 points de pénétration auprès des familles avec enfants de moins de 24 ans. (sources Nielsen et Kantar).

**Buzzman et TBWA : ex-aequo au titre d'agence Effie France de l'année 2024**

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/>

*« Depuis sa création en 1826, Le Figaro a toujours eu à cœur de défendre la qualité de la rencontre entre les marques et les audiences. Cette qualité résulte de la combinaison de savants ingrédients : la pertinence du message, la puissance de l'idée créative, la force des contextes de diffusion, la qualité de l'intégration publicitaire... C'est en ce sens qu'il nous semblait important de nous associer au Prix Effie qui symbolise depuis tant d'années, mais surtout objective et prouve, le nécessaire lien de synergie entre marques, agences et médias au service de l'efficacité de la communication. »* affirme Aurore Domont, Présidente de Media Figaro, partenaire média exclusif sur cette 31e édition.

Cette 31<sup>e</sup> 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 Audiens, de l'Isegcom, de JCDecaux, de Kantar, de Media Figaro et de YouTube.

=====

**Contact presse AACC** : Loraine Roncin | [lrincon@aacc.fr](mailto:lrincon@aacc.fr)

**Contact presse Union des marques** : Kevin Sdrigotti | [ksdrigotti@uniondesmarques.fr](mailto:ksdrigotti@uniondesmarques.fr)

**Contact presse Vae Solis** : Sara-Louise Boukara | [sara-louise.boukara@vae-solis.com](mailto:sara-louise.boukara@vae-solis.com)

*A propos de l'AACC | L'association des agences conseil et création est un syndicat professionnel créé en 1972. L'association représente et fédère les professionnels autour des enjeux majeurs que sont : la valeur de nos métiers, l'attractivité de nos agences et la responsabilité. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC.*

*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](http://www.uniondesmarques.fr)*

A propos d'EFFIE France | Organisé par l'AACC (association des agences conseils et création) 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 et l'évolution de la société.

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

Cette 31<sup>e</sup> édition d'EFFIE France 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 2024, présidé pour la première fois par Adélaïde Zulfikarpasic, directrice générale de BVA Xsight et composé de représentants d'agences, d'annonceurs, de médias ainsi que de professionnels du marketing, a distingué 38 campagnes. Elles ont été récompensées le 25 novembre 2024, 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](http://www.effie.fr).

=====

### **Le jury**

Présidente du jury : Adélaïde Zulfikarpasic, BVA Xsight

Collège agences : Lionel Curt, MNSTR  
Vincent Druguet, VML  
Sébastien Houdusse, BETC  
Hélène Meinerad, Publicis Media  
Alexandra Servant-Rony, Dentsu Creative

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

Collège marketing : Philippe Cartallier, OpinionWay  
Katell Le Coueffic, Ipsos  
Frédéric Marvillet, Kantar  
Valérie Morrisson, CESP  
Pierre Volle, Université Paris Dauphine

Collège marques : Magali Elbaz, Groupe Seb  
Florence Genon- Catalot, Crédit Mutuel  
Béatrice Godineau, SNCF  
Jérôme Gorges, Verisure  
Timothée Loizeau, Groupe Bertrand

## Grand Prix

VINCI AUTOROUTES

*ULYS, ON S'HABITUE VITE À LA  
CLASSE ULYS*

BUZZMAN  
HAVAS MEDIA FRANCE

# Palmarès 2024

## ALIMENTATION

OR

McCAIN

*BORN TO SHARE*

AUSTRALIEGAD  
HAVAS MEDIA FRANCE

ARGENT

GROUPE DANONE

*ACTIMEL, IMMUNITY POTION*

WUNDERMAN THOMPSON  
ESSENCE MEDIACOM  
SUPER AWESOME

BRONZE

LA VIE

*ON VOUS PREND POUR  
DES JAMBONS*

LA VIE STUDIO  
TYERS

## BOISSONS

OR

SUNTORY

*OASIS, TROPICAL FEAT JUL*

MARCEL  
WAVEMAKER FRANCE

ARGENT

*SCHWEPPE*

*TAKE YOUR TIME*

TBWA\PARIS (TBWA France)  
WAVEMAKER FRANCE

## GRANDE CONSOMMATION NON ALIMENTAIRE

ARGENT

RECKITT

*CILLIT BANG, CLEAN LIKE NEW*

BETC  
DENTSU

## MOBILITÉS

OR

VINCI AUTOROUTES

*ULYS, ON S'HABITUE VITE À LA  
CLASSE ULYS*

BUZZMAN  
HAVAS MEDIA FRANCE

ARGENT

RENAULT

*RENAULT PLUG-INN*

PUBLICIS CONSEIL

BRONZE

AIR FRANCE

*90 ANS D'ÉLÉGANCE*

TBWA\PARIS (TBWA France)  
OMD

## DISTRIBUTION ET RESTAURATION

### OR

INTERMARCHÉ

**LA VIE NE DEVRAIT PAS COÛTER  
AUSSI CHER**

ROMANCE  
ZENITH MEDIA

### ARGENT

BURGER KING FRANCE

**ZEN BURGER**

BUZZMAN  
WEBEDIA

### BRONZE

CARREFOUR

**VILLAGE DES ATHLÈTES**

PUBLICIS CONSEIL  
ARENA MEDIA

## MODE ET ACCESSOIRES

### ARGENT

KRYS

**LA CONFIANCE VOUS VA SI BIEN**

TBWA\PARIS (TBWA France)  
BLUE 449

## BEAUTÉ SANTÉ BIEN-ÊTRE

### OR

GROUPE L'ORÉAL

**NYX PROFESSIONAL MAKEUP,  
TRUE ID CARD**

BUZZMAN  
ZO

### ARGENT

VERS PARIS SANS SIDA

**LA VIE PREND LE DESSUS SUR LE VIH**

FRED & FARID PARIS  
OCONNECTION

### BRONZE

GROUPE L'ORÉAL

**L'ORÉAL PARIS, VOUS N'Y ÊTES  
POUR RIEN**

McCANN PARIS  
ZENITH OPTIMEDIA

## COMMUNICATION CORPORATE ET BTOB

### OR

E.LECLERC

**QUAND ON TRAVAILLE CHEZ  
E.LECLERC, ON NE TRAVAILLE PAS  
QUE POUR E.LECLERC**

BETC  
OMD

### ARGENT

GROUPE DANONE

**LABORATOIRE GALLIA, 4E TRIMESTRE**

BETC  
FLOW BY GROUPM

### BRONZE

TOUT FAIRE

**CÉLÉBRONS LES ARTISANS**

TBWA\PARIS (TBWA France)  
ALL MATIK

## SERVICES : BANQUE ASSURANCE

### OR

FORTUNEO

**LA BANQUE QUI VA VOUS FAIRE  
AIMER LES CHIFFRES**

ROMANCE  
WAVEMAKER FRANCE

### ARGENT

BFORBANK

**MYTHO**

STEVE  
HAVAS MEDIA FRANCE

### BRONZE

MACIF

**LES RÉELISATEURS**

THE GOOD COMPANY - ESPERANCE  
VALUES MEDIA - NOVAD

## AUTRES SERVICES

OR

HEETCH

**ALLER PLUS LOIN**

BETC  
HAVAS EDGE FRANCE

ARGENT

ACADOMIA

**LES ENGUEULADES**

ROSA PARIS  
VALUES

BRONZE

SELOGER

**LES VOISINS**

INTERRUPTION  
HEROIKS

## COMMUNICATION PUBLIQUE

OR

AGENCE DE LA BIOMÉDECINE

**#FAITESDESPARENTS**

TBWA\CORPORATE  
ADWISE DIGITAL & MEDIA

ARGENT

MINISTÈRES SOCIAUX

**BRISER LE SILENCE**

MADAME BOVARY  
DENTSU PUBLIC

BRONZE

ADEME

**LE DÉVENDEUR**

HAVAS PARIS  
DENTSU PUBLIC

## ONG

ARGENT

ACTION PROTECTION ANIMALE

**PAROLE DE CHIENS**

TBWA\PARIS (TBWA France)  
RE-MIND PHD

## CULTURE ET LOISIRS

ARGENT

GROUPE TÉLÉGRAMME

**LES PIEDS EN BRETAGNE, LES YEUX  
SUR LE MONDE**

MOVEMENT

## PURE PLAYERS

OR

HEETCH

**ALLER PLUS LOIN**

BETC  
HAVAS EDGE FRANCE

ARGENT

UBER EATS

**FRED LIVRAISON**

BUZZMAN  
RE-MIND PHD  
ESSENCE MEDIACOM

BRONZE

FORTUNEO

**LA BANQUE QUI VA VOUS FAIRE  
AIMER LES CHIFFRES**

ROMANCE  
WAVEMAKER FRANCE

## RESPONSABILITÉ / CHANGEMENT POSITIF

OR

ORANGE FRANCE

**LA COMPIL' DES BLEUES**

MARCEL  
HAVAS MEDIA FRANCE

ARGENT

ISNI (INTERSYNDICALE NATIONALE  
DES INTERNES)

**HIPPOCRATE 2023**

OGILVY PARIS

## PETITS BUDGETS ET OPÉRATIONS SPÉCIALES

ARGENT

MERCEDES-BENZ

**ICONIC PLAYLIST**

TEAM X  
OMD

BRONZE

AGENCE DE LA BIOMÉDECINE

**LES ZORGANES**

DDB PARIS  
RE-MIND PHD

## EFFICACITÉ DANS LA DURÉE

OR

SUNTORY

**OASIS, POUR UN MONDE  
ENCORE + FRUIIT**

MARCEL  
WAVEMAKER FRANCE

ARGENT

BURGER KING FRANCE

**FAMILLE**

BUZZMAN  
WAVEMAKER FRANCE

BRONZE

MACIF

**LA MACIF, C'EST VOUS**

THE GOOD COMPANY - ESPERANCE  
VALUES MEDIA - NOVAD

# 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 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 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**
- 2024 **VINCI AUTOROUTES** « On s'habitue vite à la classe Ulys » **Buzzman avec Havas Media France**