



Creativity is business – Conférence Cannes Lions

Paris, le 27 juin 2022. **L’AACC (Association des Agences-Conseils en Communication) Kantar France, et Media Figaro s’associent pour démontrer que les campagnes créatives permettent de générer de la valeur à court et long terme pour les marques et les entreprises. Cette première conférence a inauguré le partenariat, qui consiste à décrypter les leviers de valeur des campagnes récompensées par les prix de la profession en France.**

Pour la première édition de cette étude, appelée *Creativity is Business*, le choix des campagnes s’est porté sur 7 créations publicitaires françaises primées au Festival International de la créativité de Cannes de 2021. Les résultats ont été comparés aux 2700 créations publicitaires testées par Kantar en France au cours des 5 dernières années.

Cette étude s’attache à démontrer ce qu’est une publicité efficace, c’est-à-dire qui soit capable de laisser une trace mémorielle durable pour la marque : elle doit attirer l’attention en engageant, en étant fortement appréciée, en générant des émotions. Les dépenses publicitaires quant à elles doivent délivrer un impact maximum, sans déperdition ou presque. C’est à partir de ces critères qu’ont été déterminés trois piliers essentiels qui structurent l’ensemble de l’étude : MEDIA IMPACT (mémorisation de la campagne en lien avec la marque), COMMERCIAL IMPACT (capacité de la campagne à inciter à acheter la marque dans le futur) et BRAND IMPACT (capacité de la campagne à renforcer le positionnement de la marque, sa différenciation et son sens pour les consommateurs).

Les campagnes : Renault Appy de Publicis, Lacoste Crocodile Inside et Canal+, The Shoot de BETC, HEETCH de Marcel, Colgate de VMLY&R, Amazon Prime d’Herezie et Volkswagen de DDB.

Si vous souhaitez avoir les résultats de l’étude, merci de contacter : rgomez@aacc.fr

Voir les campagnes : [ici](#)

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 : juridique, droit social, finance, développement et 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

Contact presse : AACC – Raul Gomez – rgomez@aacc.fr - Tél. 01 47 42 27 06