



À Pantin, le 17 janvier 2024

IMMORTAL AWARDS 2023 :
BETC, première agence française à remporter un prix aux Immortal Awards avec la campagne « Papa » de CANAL+

Créée en 2018, les Immortal Awards sont une compétition publicitaire organisée par le média anglais LBB (Little Black Book) qui récompense les meilleurs travaux de l'année jugés par les plus grands talents créatifs de l'industrie.

Cette année, seulement 3 campagnes dans le monde ont été récompensées aux Immortal Awards, dont le film « Papa » de CANAL+ et BETC, **première campagne française à jamais avoir décroché l'or au prestigieux prix**, aux côtés des campagnes multiprimées « The Greatest » d'Apple de Somesuch and Trim et « Heinz Ketchup Fraud » de l'agence Rethink.

Parmi les jurés de l'édition 2023, se trouvaient les renommés :

David Lubars (Chief Creative Officer, BBDO Worldwide) ; Harjot Singh (Global Chief Strategy Officer, McCann and McCann Worldgroup) ; Susan Credle (Global Chief Creative Officer, FCB Global) ; Neil Heymann (Global Chief Creative Officer, Accenture Song) ; Nic Taylor (Senior Cice President and Head of LEGO Agency, the LEGO Group) ; Natalie Lam (Chief Creative Officer, Asia Pacific, Middle East and Africa, Publicis Groupe) Joel Simon (Chief Creative Officer/CEO, JSM Music) ; Alexis Ospina (Chief Creative Officer, Grey Mexico) ; Tania Sethi (Chief Production Officer, Hogarth Worldwide).

La campagne « Unexpected Encounters » de BETC pour Lacoste a également remporté une Commendation (i.e. distinction) aux Immortal Awards 2023.

Découvrez le palmarès complet : <https://www.lbbonline.com/news/3-projects-take-top-prize-as-the-immortal-awards-announces-2023-winners>

Contact presse

Camille Chang – BETC – camille.chang@betc.com