

## Communiqué de presse

**embargo 08/12 jusqu'à 22h**

### Effie France 2025

#### Quand la communication prouve son impact : le partenariat de LVMH avec Paris 2024 à l'honneur d'un palmarès engagé et inspirant

Le palmarès de la 32e édition du Prix Effie France, organisée par l'AACC et l'Union des marques, a été dévoilé ce soir lors d'une cérémonie réunissant plus de 600 professionnels au Théâtre du Rond-Point. Véritable référence du secteur et présent dans 125 marchés, Effie distingue chaque année les campagnes de communication dont l'efficacité a été rigoureusement démontrée, sous l'œil d'un jury d'experts issus des agences, des marques, des médias et du marketing.

#### 17 prix or et une édition sous le signe de Paris 2024

Avec une nouvelle catégorie dédiée aux événements saisonniers, les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ont été mis à l'honneur. Avec quatre dossiers sélectionnés, le jury a eu la lourde tâche de choisir parmi des campagnes inédites, telles que la Vasque électrique EDF ou encore le partenariat sans précédent de LVMH. Au total cette année, ce sont 17 prix or qui ont été remis, toutes catégories confondues, 16 prix argent et 14 prix bronze (voir le palmarès complet ci-dessous).

#### LVMH, Grand Prix Effie France 2025 : quand le luxe réinvente le sponsoring sportif

Pour sa première participation aux Jeux Olympiques et Paralympiques, LVMH a relevé un défi inédit : faire rayonner sa vision et son savoir-faire dans un univers éloigné du luxe. Sa campagne « The Partnership That Changed Everything », orchestrée par Havas Play, Publicis Media Luxe, Havas Paris et Prose on Pixels, a transformé Paris 2024 en scène mondiale pour célébrer l'excellence, la créativité et l'artisanat français.

En fédérant ses Maisons autour du concept « Artisans de toutes les victoires », LVMH a su toucher bien au-delà des audiences du luxe, mobilisant grand public, jeunes générations et fans de sport. Résultat : +10 points de perception positive en 9 mois, une progression historique de la légitimité dans le sport (+14 points).

LVMH démontre qu'un acteur du luxe peut sublimer l'esprit olympique en alliant créativité, émotion et engagement collectif, s'imposant ainsi sur la plus haute marche du podium Effie.

## AXA, Prix Or « Efficacité dans la durée » : l'engagement sociétal au service de la performance

Le prix « Efficacité dans la durée » récompense cette année AXA pour sa campagne « Être une femme ne devrait jamais être un risque », menée avec Publicis et WPP Media. En trois ans, AXA a su transformer son image, s'imposer comme la marque d'assurance préférée des Français et faire progresser l'intention d'achat de 3 points, tout en s'engageant concrètement pour la protection des femmes. Cette stratégie de long terme, alliant engagement sociétal et performance business, illustre la capacité de la communication à créer de la valeur durable pour les marques.

### Buzzman confirme sa position avec le titre d'agence Effie France de l'année 2025

Lancé en 2011, l'Effie Index est un classement des agences et des annonceurs finalistes d'au moins une des 55 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>. Après un titre ex-aequo avec TBWA en 2024, Buzzman est encore une fois le grand gagnant du titre.

### Les grandes tendances du palmarès 2025 : créativité, engagement et quête de sens

Le jury, présidé par Adélaïde Zulfikarpasic, présidente de la 32e édition du prix Effie et directrice générale du pôle Société chez Ipsos BVA, a salué la diversité des styles et la montée en puissance de campagnes engagées sur des sujets de société majeurs : inclusion, égalité, santé, environnement. Plusieurs tendances fortes émergent :

- **Engagement sociétal** : AXA, La Ligue contre le cancer (« Va chier »), POINT.P ou encore Shiva avec la campagne “Un nouveau regard” démontrent que la communication peut faire évoluer les comportements et s'engager sur des sujets laissés vacants par d'autres acteurs.
- **Quête de reconnexion** : les marques s'emparent du besoin de déconnexion, comme Pierre & Vacances (« Les Délaissés ») ou Back Market (« Let's End Fast Tech »), qui dénoncent la surconsommation technologique et valorisent le retour à l'essentiel.
- **Humour et émotion** : pour sortir de la morosité ambiante, l'humour reste un levier puissant, comme le montrent Uber Eats (« C'est bon de décommander »), POINT.P (« Safety Tools ») ou Pulco (“Citron par-ci, Pulco partout”), tout comme l'émotion avec Cadum (“Ça fait du bien un peu de douceur”).

*« Cette édition 2025 du Prix Effie illustre à quel point la communication, lorsqu'elle est pensée avec créativité et exigence, peut contribuer à la transformation des marques et de la société. Le jury a été impressionné par la capacité des campagnes primées à conjuguer performance, engagement et innovation, tout en répondant aux attentes d'un public en quête de sens et de lien. C'est un palmarès qui donne confiance dans la force de notre secteur à accompagner les grandes évolutions de notre époque. » Didier Beauclair, président d'Effie France.*

Cette 32e édition est organisée en partenariat avec 366, l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias), l'ADMTV (Alliance Des Médias TV & Vidéo), l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité), l'IREP (Institut de Recherche et d'Etudes Publicitaires), l'Udecam (Union des entreprises de conseil et d'achat media) avec le soutien de l'ISEG, JCDecaux, Kantar, Thalie Santé et YouTube. Media Figaro en est le partenaire média premium. Et Cap Tag contribue à l'événement.

**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. [www.aacc.fr](http://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](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. [www.effie.fr](http://www.effie.fr)

---

## Le jury :

Présidente du jury : Adélaïde Zulfikarpasic, Ipsos BVA

Collège agences :  
Julien Boyer, Wavemaker  
Jean-Patrick Chiquiar, Rosa Paris  
Vincent Léorat, DDB Paris  
Matthieu Reinartz, Hungry & Foolish  
Sandrine Vissot-Kelemen, Razorfish France

Collège médias :  
Jean-Paul Dietsch, ACPM  
Jean Muller, JCDecaux  
Bruno Ricard, 366  
Aurora Stratton, Google  
Isabelle Vignon, ADMTV

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

Collège marques :  
Natasha Busby, P&G  
Camille Falguière, Nestlé France  
Alexandra Mauraisin, La Poste  
Pascal Perrochon, Pernod-Ricard  
Xavier Prin, Boursorama

**Contact presse AACC**  
Annabelle Rousseau  
[arousseau@aacc.fr](mailto:arousseau@aacc.fr)

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

## GRAND PRIX

LVMH

**THE PARTNERSHIP THAT  
CHANGED EVERYTHING**

HAVAS PLAY  
PUBLICIS MEDIA LUXE  
HAVAS PARIS  
PROSE ON PIXELS

## ALIMENTATION

OR	ARGENT	BRONZE
LA VIE	GROUPE BEL I LA VACHE QUI RIT	MONDELEZ I LU
<b>LÉON</b>	<b>LA FRANCE QUI RIT</b>	<b>UNE PART DE NOUS</b>
BUZZMAN	PLAYMAKER	PUBLICIS FRANCE
TYERS	SPARK FOUNDRY FRANCE	SPARK FOUNDRY FRANCE

## BOISSONS

OR	ARGENT	BRONZE
SUNTORY FRANCE I PULCO	CANDIA I CANDY'UP	DANONE I EVIAN
<b>CITRON PAR-CI, PULCO PAR-TOUT</b>	<b>MICHOU CHOCO COCO</b>	<b>MOUNTAIN OF YOUTH</b>
TBWA\PARIS WAVEMAKER	OGILVY PARIS BLUE	BETC WPP

## GRANDE CONSOMMATION NON ALIMENTAIRE

ARGENT	BRONZE
GROUPE AC MARCA I SANYTOL	UNILEVER I SKIP
<b>SANYTOL, ÇA NYTOLE !</b>	<b>WONDER WASH</b>
ELVIS HAVAS MEDIA	MULLENLOWE GLOBAL MINDSHARE

## BIENS DURABLES

OR
BACK MARKET
<b>LET'S END FAST TECH</b>
MARCEL

## MOBILITÉS

OR	ARGENT
RENAULT I RENAULT 5	CITROËN I Ë-C3
<b>LA R5VOLUTION EST DE RETOUR. R5 EST DE RETOUR</b>	<b>LA RÉVOLUTION A COMMENCÉ</b>
PUBLICIS CONSEIL OMD	BETC STARCOM

## DISTRIBUTION ET RESTAURATION

OR	ARGENT	BRONZE
BURGER KING FRANCE ET KFC FRANCE  <b><i>BK x KFC : L'IMPOSSIBLE COLLABORATION</i></b>	McDONALD'S FRANCE  <b><i>McSMART</i></b>	BURGER KING FRANCE  <b><i>MAROILLES KING</i></b>
BUZZMAN ET HAVAS PARIS HAVAS MEDIA ET WAVE MAKER	DDB PARIS STARCOM	BUZZMAN WAVE MAKER

## MODE ET ACCESSOIRES

OR
SALOMON  <b><i>WELCOME BACK TO EARTH</i></b>
DDB PARIS HEARTS & SCIENCE PARIS

## BEAUTÉ SANTÉ BIEN ÊTRE

OR	ARGENT
L'ORÉAL FRANCE I LASCAD I CADUM	GROUPE L'ORÉAL I L'ORÉAL PARIS
<b><i>ÇA FAIT DU BIEN AUSSI UN PEU DE DOUCEUR</i></b>	<b><i>CAT'S EYES</i></b>
ROMANCE PUBLICIS MEDIA	McCANN PUBLICIS MEDIA

## SERVICES : BANQUE ASSURANCE

OR	ARGENT	BRONZE
EUROPEAN PAYMENT INITIATIVE I WERO	CAISSE D'ÉPARGNE	MATMUT
<b><i>10 SECONDES</i></b>	<b><i>PARTENARIAT JEUX OLYMPIQUES &amp; PARALYMPIQUES DE PARIS 2024</i></b>	<b><i>LES CODES PROMESSES</i></b>
BUZZMAN HAVAS INTERNATIONAL	ALTMANN+PARTNERS ZENITH	SAATCHI & SAATCHI FRANCE

## AUTRES SERVICES

OR	ARGENT	BRONZE
EDF	SHIVA	BOUYGUES TELECOM I B&YOU
<b><i>JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024</i></b>	<b><i>UN NOUVEAU REGARD SUR UNE PROFESSION</i></b>	<b><i>LE SUPER FLUX SANS SUPERFLU</i></b>
BETC HAVAS MEDIA HAVAS PLAY	ICI LONDRES HAVAS EDGE	BETC BLUE

## COMMUNICATION PUBLIQUE

### OR

ARMÉE DE L'AIR ET DE L'ESPACE

### *ET SI C'ÉTAIT POUR VOUS ?*

ROMANCE

DENTSU

### BRONZE

SANTÉ PUBLIQUE FRANCE I  
ONSEXPRIME

### #GENANTOUVAS

BABEL STRATÉGIES & CRÉATION

## ONG

### OR

LA LIGUE CONTRE LE CANCER

### *VA CHIER*

DDB PARIS

### ARGENT

SIDACTION

### *SIDAXXXION*

THE GOOD COMPANY  
VALUES.MEDIA

### BRONZE

APPRENTIS D'AUTEUIL I LEGS

### *LE DERNIER SOUFFLE*

TBWA\PARIS  
BLUE

## CULTURE ET LOISIRS

### OR

PIERRE & VACANCES

### *LES DÉLAISSÉS*

ROSA PARIS

DENTSU

### ARGENT

CANAL + I 40 ANS

### *LE TRAILER*

BETC  
HAVAS MEDIA

### BRONZE

DISNEY+

### *B(RE)F.2*

ZENITH MEDIA  
PUBLICIS MEDIA

## COMMUNICATION CORPORATE ET BTOB

### ARGENT

CRÉDIT AGRICOLE

### *ENGAGEMENTS MARQUE EMPLOYEUR*

BETC  
HAVAS MEDIA

### BRONZE

McDONALD'S FRANCE

### *30 ANS DE LA FONDATION RONALD McDONALD*

TBWA\PARIS  
STARCOM

## PURE PLAYERS

### OR

UBER EATS

### *C'EST BON DE DÉCOMMANDER*

BUZZMAN

RE-MIND PHD

### ARGENT

BOUYGUES TELECOM I B&YOU

### *LE SUPER FLUX SANS SUPERFLU*

BETC

BLUE

### BRONZE

AIR FRANCE HOLIDAYS

### *DÉCONNECTEZ*

TBWA\

OMD

## RESPONSABILITÉ CHANGEMENT POSITIF

OR	ARGENT
BACK MARKET	LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL
<b>LET'S END FAST TECH</b>	<b>WO=MAN – UN MAILLOT POUR L'ÉGALITÉ, UN SYMBOLE D'UNITÉ</b>
MARCEL	

## PETITS BUDGETS ET OPÉRATIONS SPÉCIALES

OR	ARGENT	BRONZE
POINT.P	BURGER KING FRANCE	CNP ASSURANCES
<b>SAFETY TOOLS</b>	<b>CAVIAR KING</b>	<b>PAS A VENDRE</b>
HAVAS PARIS	BUZZMAN	THE GOOD COMPANY UM

## EFFICACITÉ DANS LA DURÉE

OR	ARGENT	BRONZE
AXA	MACIF	SHIVA
<b>ÊTRE UNE FEMME NE DEVRAIT JAMAIS ÊTRE UN RISQUE</b>	<b>LA MACIF, C'EST VOUS</b>	<b>UN NOUVEAU REGARD SUR UNE PROFESSION</b>
PUBLICIS CONSEIL	ESPERANCE – THE GOOD COMPANY	ICI LONDRES
WPP MEDIA	NOVAD – VALUES.MEDIA	HAVAS EDGE

## ÉVÉNEMENTS SAISONNIERS

OR	ARGENT	BRONZE
LVMH	EDF	McDONALD'S FRANCE
<b>THE PARTNERSHIP THAT CHANGED EVERYTHING</b>	<b>JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024</b>	<b>OLYMPICS 2024</b>
HAVAS PLAY PUBLICIS MEDIA LUXE HAVAS PARIS PROSE ON PIXELS	BETC HAVAS MEDIA HAVAS PLAY	DDB PARIS STARCOM

# 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 **MINISTÈRE DU TRAVAIL, DES RELATIONS SOCIALES ET DE LA SOLIDARITÉ** « 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 **INTERMARCHE** « 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
- 2025 **LVMH** « The partnership that changed everything» **Havas Play** avec Publicis Media Luxe