

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

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 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

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 Straton, 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

Contact presse Union des marques
Kevin Sdrigotti
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
LÉON	LA FRANCE QUI RIT	UNE PART DE NOUS
BUZZMAN TYERS	PLAYMAKER SPARK FOUNDRY FRANCE	PUBLICIS FRANCE SPARK FOUNDRY FRANCE

BOISSONS

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

GRANDE CONSOMMATION NON ALIMENTAIRE

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

BIENS DURABLES

OR
BACK MARKET
LET'S END FAST TECH
MARCEL

MOBILITÉS

OR	ARGENT
RENAULT I RENAULT 5	CITROËN I Ê-C3
LA RS VOLUTION EST DE RETOUR. R5 EST DE RETOUR	LA RÉVOLUTION A COMMENCÉ
PUBLICIS CONSEIL OMD	BETC STARCOM

DISTRIBUTION ET RESTAURATION

OR	ARGENT	BRONZE
BURGER KING FRANCE ET KFC FRANCE	McDONALD'S FRANCE	BURGER KING FRANCE
BK x KFC : L'IMPOSSIBLE COLLABORATION	McSMART	MAROILLES KING
BUZZMAN ET HAVAS PARIS HAVAS MEDIA ET WAVEMAKER	DDB PARIS STARCOM	BUZZMAN WAVEMAKER

MODE ET ACCESSOIRES

OR
SALOMON
WELCOME BACK TO EARTH
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
ÇA FAIT DU BIEN AUSSI UN PEU DE DOUCEUR	CAT'S EYES
ROMANCE PUBLICIS MEDIA	McCANN PUBLICIS MEDIA

SERVICES : BANQUE ASSURANCE

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

AUTRES SERVICES

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

COMMUNICATION PUBLIQUE

OR
ARMÉE DE L'AIR ET DE L'ESPACE
<i>ET SI C'ÉTAIT POUR VOUS ?</i>
ROMANCE DENTSU

BRONZE
SANTÉ PUBLIQUE FRANCE I ONSEXPRIME
<i>#GENANTOUPAS</i>
BABEL STRATÉGIES & CRÉATION

ONG

OR	ARGENT	BRONZE
LA LIGUE CONTRE LE CANCER	SIDACTION	APPRENTIS D'AUTEUIL I LEGS
<i>VA CHIER</i>	<i>SIDAXXION</i>	<i>LE DERNIER SOUFFLE</i>
DDB PARIS	THE GOOD COMPANY VALUES.MEDIA	TBWA\PARIS BLUE

CULTURE ET LOISIRS

OR	ARGENT	BRONZE
PIERRE & VACANCES	CANAL + I 40 ANS	DISNEY+
<i>LES DÉLAISSÉS</i>	<i>LE TRAILER</i>	<i>B(RE)F.2</i>
ROSA PARIS DENTSU	BETC HAVAS MEDIA	ZENITH MEDIA PUBLICIS MEDIA

COMMUNICATION CORPORATE ET BTOB

ARGENT	BRONZE
CRÉDIT AGRICOLE	McDONALD'S FRANCE
<i>ENGAGEMENTS MARQUE EMPLOYEUR</i>	<i>30 ANS DE LA FONDATION RONALD McDONALD</i>
BETC HAVAS MEDIA	TBWA\PARIS STARCOM

PURE PLAYERS

OR	ARGENT	BRONZE
UBER EATS	BOUYGUES TELECOM I B&YOU	AIR FRANCE HOLIDAYS
<i>C'EST BON DE DÉCOMMANDER</i>	<i>LE SUPER FLUX SANS SUPERFLU</i>	<i>DÉCONNECTEZ</i>
BUZZMAN RE-MIND PHD	BETC BLUE	TBWA\ OMD

RESPONSABILITÉ CHANGEMENT POSITIF

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

PETITS BUDGETS ET OPÉRATIONS SPÉCIALES

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

EFFICACITÉ DANS LA DURÉE

OR	ARGENT	BRONZE
AXA	MACIF	SHIVA
ÊTRE UNE FEMME NE DEVRAIT JAMAIS ÊTRE UN RISQUE	LA MACIF, C'EST VOUS	UN NOUVEAU REGARD SUR UNE PROFESSION
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
THE PARTNERSHIP THAT CHANGED EVERYTHING	JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024	OLYMPICS 2024
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 **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 **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**