

(Communiqué)

association des agences
conseil et création



Paris, le 9 juin 2026

Cannes Lions 2026, la créativité française sous les projecteurs

Du 22 au 26 juin 2026, la France, Creative Country of the Year, est à l'honneur au festival Cannes Lions. Cette distinction consacre dix années d'excellence créative et offre une occasion unique de mettre en lumière le rôle stratégique des Industries Culturelles et Créatives pour l'économie, l'influence et l'attractivité du pays. À cette occasion, l'AACC présente les temps forts de la mobilisation française, portée par le Comité France (AACC, Club des Directeurs Artistiques, Havas, IAA France et Publicis), ainsi que les personnalités, talents et initiatives qui feront rayonner la bannière « France, The Creative Economy » tout au long du festival.

L'AACC, représentante officielle du festival Cannes Lions depuis 2009, saisit ce temps fort du secteur pour rappeler le rôle stratégique des agences et la valeur de la création. David Leclabart, coprésident de l'AACC, souligne l'importance de démontrer l'efficacité des Industries Culturelles et Créatives : « Depuis plusieurs années, nous démontrons que la créativité n'est pas une simple affaire d'intuition. Nous la confrontons à la réalité du marché et à la performance économique. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : les campagnes les plus créatives sont en moyenne cinq fois plus efficaces que les autres. Preuve que la créativité est le premier levier de valeur pour les marques. »

La créativité façonne l'économie et la société de demain

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : avec 102 milliards d'euros de chiffre d'affaires (2,9 % du PIB français) et un million d'emplois, les Industries Culturelles et Créatives (ICC) pèsent aujourd'hui en France davantage que l'industrie pharmaceutique ou automobile¹. Premier contributeur du secteur, la communication génère à elle seule 35 milliards d'euros de chiffre d'affaires avec un retour sur investissement exceptionnel, chaque euro investi en publicité produit 12,5 euros de PIB². Pourtant, la France sous-investit ce secteur et réduit même ses budgets de communication publique (annonce du Premier Ministre Sébastien Lecornu le 30 novembre 2025 : 300 millions en 2026 contre un milliard en 2024).

La créativité n'est pas un coût, c'est un investissement et un formidable accélérateur au service de la croissance du business. Elle permet aux entreprises de renforcer leur attractivité, leur compétitivité et leur capacité à créer de la valeur dans la durée : les campagnes les plus créatives génèrent entre 4,5 et 4,7 fois plus de retour sur investissement³.

Les ICC confrontées aux nouveaux enjeux de performance et d'innovation

Cette reconnaissance cannoise est aussi l'occasion de partager des réflexions autour de l'IA et des quatre enjeux majeurs identifiés : la création, les talents, les modèles économiques et l'éthique. Tiphaine du Plessis, coprésidente de l'AACC, précise : « L'IA ouvre un nouveau chapitre pour nos métiers, mais elle ne remplace ni la vision, ni le conseil, ni l'idée. Au contraire, elle renforce la valeur de ce qui fait notre singularité : la créativité humaine. Notre responsabilité est désormais d'en

¹ Panorama des Industries Culturelles et Créatives - EY - Décembre 2025

² Étude sur l'impact de la communication publicitaire sur la croissance économique, commanditée par la Filière Communication, réalisée par SLPV analytics - Juin 2023.

³ Données Kantar 2025

faire un levier de progrès, au service des talents, des marques et de la société. »



Les vingt personnalités françaises dans les jurys internationaux

Dans une année particulièrement symbolique pour la France, les jurys pourront compter sur la présence de plusieurs membres français qui confirment le rayonnement et la reconnaissance de l'expertise française sur la scène créative mondiale.

Présidentes de jury :

- **Sarah Lemarié** | Chief Strategy Officer, **Publicis France**
Creative Strategy
- **Bertille Toledano** | CEO, **BETC & Havas Creative Middle East** ; President, **Havas Creative Network**
Creative Effectiveness

Membres du jury :

- **Severine Autret** | Global Creative Excellence Lead, **Opella**
Catégorie Health & Wellness
- **Virginie Berçot** | Global Brand Director, **AXA**
Catégorie Creative Business Transformation
- **Agathe Bousquet** | CEO, **Publicis Groupe**
Catégorie Creative Brand
- **Bruno Danto** | Publisher and Editorial Director, **Esquire France**
Catégorie Luxury
- **Farah El Feghali** | Executive Creative Director, **McCann Paris**
Catégorie Entertainment
- **Stephane Gaubert** | Chief Creative Officer, **Havas Paris**
Catégorie Outdoor
- **Teddy Kossoko** | Founder, **GARA & Masseka Game Studio**
Catégorie Entertainment for Gaming
- **Jean Paoli** | Executive Creative Director, **Weber Shandwick**
Catégorie PR
- **Gaëtan du Peloux**, President & Chief Creative Officer, **Marcel**
Catégorie Titanium
- **Fabrice Plazolles** | Managing Director & Chief Creative Officer, **Havas Play**
Catégorie Media
- **Maud Robaglia** | Head of Art, **Publicis Conseil**
Catégorie Industry Craft
- **Matteo Sgarbossa** | CEO, **Balmain France**
Catégorie Luxury
- **Marcelo Vergara** | Executive Creative Director, **Publicis Conseil**
Catégorie Film

Shortlist

- **Hélène Daubert** | VP Create, **BETC POP (Prose on Pixels)**
Catégorie Film Craft
- **Dimitri Guerassimov** | CCO, **VML France** ; CCO, **Colgate-Palmolive WPP**
Catégorie Film
- **Nathalie Le Caer** | Executive Producer, **ICONOCLAST**
Catégorie Film Craft
- **Joachim Roncin** | Head of Design, **Maison Fantôme**
Catégorie Design
- **Sébastien Zanini** | Chief Creative Officer, **Dentsu Creative Paris**
Catégorie Brand Experience & Activation



La nouvelle génération pour représenter la France au concours Young Lions 2026

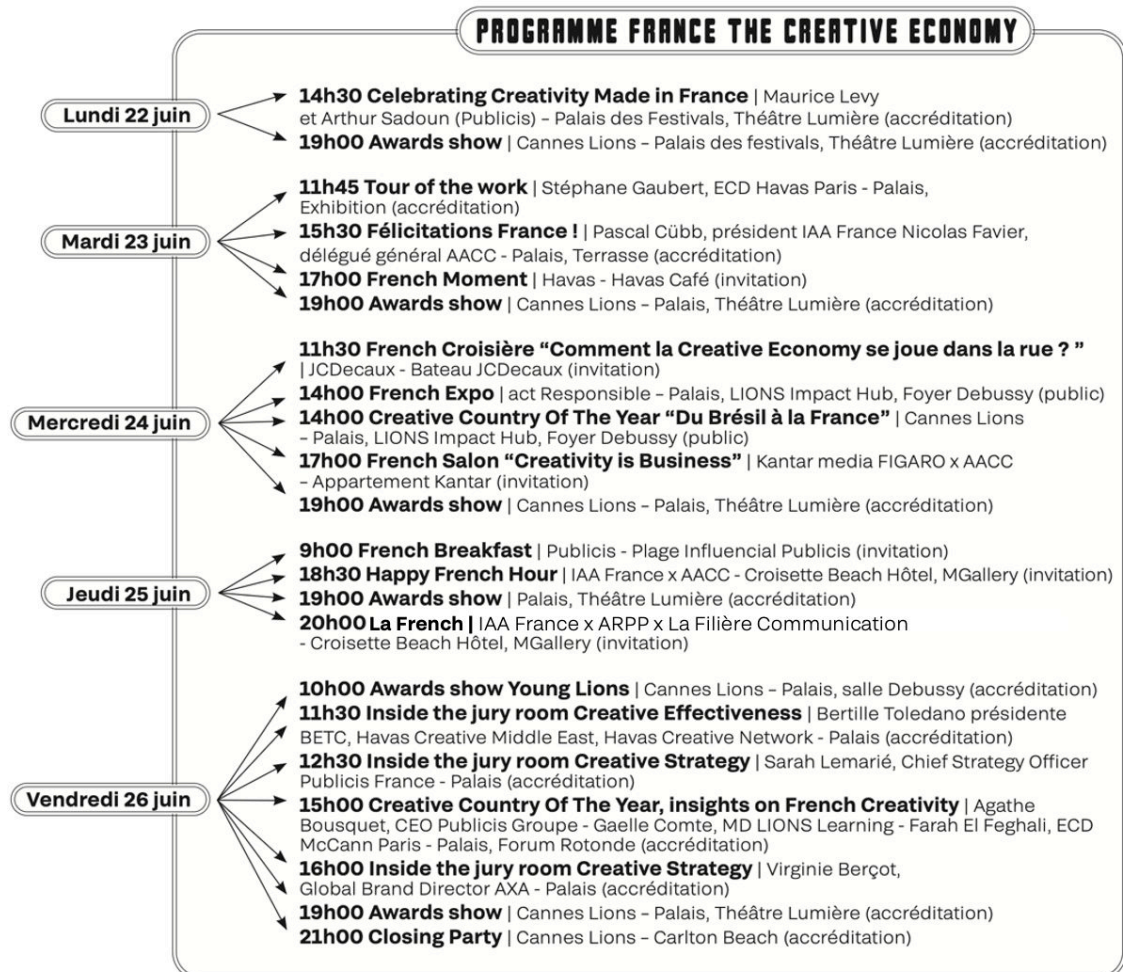
À l'issue de la compétition française qui a réuni 26 binômes de moins de 30 ans, le jury a sélectionné quatre équipes :

- Catégorie Design : **Hamza Ben Maadoun & Léane Sannier (Publicis Conseil)**
- Catégorie Digital : **Emma Merges & Enora Pichavant (McCann Paris)**
- Catégorie Film : **Lily Martins & Johanna Morais (McCann Paris)**
- Catégorie Print : **Valentin Gourmel & Léo Rodriguez (BETC)**

Le **SCRP (Syndicat du Conseil en Relations Publics)** a sélectionné pour la catégorie PR : **Ekaterina Govorukhina & Eugénie Trouvé Apperry (Burson)**

Un grand moment de célébration « à la française »

Pour cette édition exceptionnelle, les organisateurs du festival ont constitué un Comité France réunissant l'AACC, le Club des Directeurs Artistiques, Havas, l'IAA France et Publicis afin de faire rayonner la créativité française tout au long de la semaine. Sous la bannière « **France, The Creative Economy** », le Comité France proposera une série de rendez-vous destinés à mettre en lumière les talents, les campagnes, les entreprises et les industries créatives qui contribuent au rayonnement culturel et économique du pays.





À 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

À PROPOS DU CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES

Association loi 1901, Le Club des DA est né en 1968. Unique institution française indépendante de défense de la création et des métiers des arts appliqués à la communication, l'association rassemble près de 400 adhérents représentant plus 85 métiers de la création et repose sur 4 piliers : Préserver la mémoire collective en répertoriant les meilleurs projets issus de la communication à travers des archives et l'édition d'un livre. Honorer, un prix qui célèbre le meilleur de la création française de l'année, La compétition de référence de l'industrie, permettant un formidable rayonnement de la création française à l'international. Inspirer le lien de transmission entre professionnel·les et étudiant·es, Le Club des DA valorise les jeunes talents à travers le concours étudiant. Fédérer la communauté créative française. Le Club des D.A. est actuellement présidé par Gaëtan du Peloux (CEO/CCO Marcel).

www.leclubdesda.org

À PROPOS D'HAVAS

Fondé à Paris en 1835, Havas est l'un des plus grands groupes de communication au monde, avec près de 23 000 collaborateurs dans plus de 100 marchés. Avec pour ambition stratégique « Growth, Powered by Desire », Havas réunit créativité, médias, technologie et capacités de production pour créer des marques fortes et désirables auxquelles les gens souhaitent véritablement s'identifier. Son modèle intégré s'appuie sur Converged.AI, le système d'exploitation du Groupe, qui regroupe la data, la technologie et l'intelligence artificielle afin de proposer des solutions marketing optimisées et adaptées à grande échelle sur l'ensemble du parcours client. Alimentée par l'IA et portée par l'ingéniosité humaine, les équipes Havas s'appuient sur la conviction que les marques désirables génèrent des résultats désirables, permettant ainsi de stimuler la performance, renforcer le capital de marque à long terme et créer une valeur durable pour nos clients. Havas est également engagé auprès de ses collaborateurs, en cultivant des environnements de travail inclusifs, responsables et inspirants, où chacun peut pleinement s'épanouir, car le désir naît aussi de l'intérieur. Plus d'informations sur www.havas.fr

À PROPOS DE L'IAA FRANCE

Fondée en 1938, l'International Advertising Association (IAA) est une organisation internationale présente dans 60 pays. Elle représente toutes les sphères de l'industrie publicitaire et joue un rôle important dans le soutien des enjeux clés du secteur. Elle dispose d'un large réseau de leaders influents, professionnels de la communication, des médias et du marketing, et de plus de 4.000 Membres dans le monde. L'IAA France, créée en 1961 à Paris, accompagne ses Membres sur les sujets majeurs de nos métiers avec une vision internationale. Elle défend des valeurs fortes. Notre mission : Être la boussole de l'industrie.

www.iaafrance.org

À PROPOS DE PUBLICIS GROUPE - THE POWER OF ONE

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial de la communication. Le Groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, du conseil à l'exécution, en combinant la transformation marketing et la transformation digitale des entreprises. Publicis Groupe se positionne comme le partenaire privilégié dans la transformation de ses clients pour leur permettre de créer une expérience personnalisée à grande échelle. Le Groupe repose sur dix expertises regroupées au sein de quatre activités principales : la Communication, les Médias, la Data, et la Technologie. Il propose à ses clients une organisation unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans chacun de ses marchés. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte environ 114 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com

CONTACT

AACC - Annabelle ROUSSEAU - arousseau@aacc.fr - 07.50.74.53.38
Comm'on Agency - Julie DARDELET-GUERIN - julie@commonagency.fr
Iléna LEVY - ilena@commonagency.fr - 06.95.75.58.06

association des agences conseil et création
4, rue Royale, 75008 Paris.
www.aacc.fr



HAVAS

