

23^e édition des prix EFFIE France

MEETIC, grand prix 2016

pour sa campagne « **#Loveyourimperfections** »

réalisée par l'agence **BUZZMAN** (agence médias : VIZEUM)

Pour cette édition 2016 d'EFFIE France organisée par l'Association des agences-conseils en communication (AACC) et l'Union des annonceurs (UDA), vingt-huit campagnes de communication ont été récompensées pour leur efficacité mesurée et prouvée, dont neuf d'un EFFIE Or, par un jury de professionnels. Chacune d'entre elles illustre la contribution majeure de la communication au succès des entreprises.

MEETIC « #Loveyourimperfections » : être authentiquement soi, c'est être imparfait

En 2014-2015, le premier volet de la campagne #loveyourimperfections (Effie Or 2015, catégorie Services) avait permis d'endiguer une baisse de la considération pour la marque sur un marché hyperconcurrentiel où les nouveaux entrants, souvent gratuits, captent l'attention. L'enjeu de ce deuxième volet 2015-2016 était dès lors de creuser le sillon de cette plateforme pour continuer d'affirmer le leadership de la marque tout en justifiant la valeur du service Meetic.

En 2016, la marque a donc choisi de consolider son territoire propre tout en adoptant un discours très rationnel. La campagne a poussé plus loin le curseur de l'authenticité et de l'émotionnel : des vrais gens, des imperfections moins politiquement correctes, une narration plus tendue, une exposition des formats longs plus importante pour une campagne déclinée en affichage, au cinéma, en radio, en télévision, sur internet et sur mobile ; chacune des créations mettant en avant un bénéfice spécifique comme les différents événements organisés par la marque.

Six mois après ce nouveau lancement, Meetic réalisait le meilleur début d'année de son histoire avec en particulier une hausse de 19 % du nombre d'inscrits au service (dont 76 % via mobile) sur le premier quadrimestre 2016 par rapport à la même période de 2015 et un taux de considération pour la marque en hausse de 23 % auprès des individus ayant reconnu la campagne (Source Ipsos ASI février 2016).

Buzzman et Proximity BBDO : agences de l'année Effie France

Pour la première fois, la soirée 2016 a été l'occasion de désigner l'agence Effie de l'année. Buzzman (2 Effie Or, Grand Prix Effie 2016) et Proximity BBDO (1 Effie Or, 3 Effie Argent, 1 Effie Bronze) ont remporté ex-aequo le titre d'agence de l'année Effie France 2016. Elles ont chacune obtenu 28 points à l'Effie Index.

Lancé en 2011, l'Effie Index est un classement des agences et des annonceurs finalistes d'au moins une des 47 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). 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/>



EFFIE : la marque de l'efficacité de la communication dans le monde

Cette 23^e édition d'EFFIE France, organisée par l'AACC et l'UDA, s'inscrit dans une dynamique mondiale portée par la marque EFFIE Worldwide créée en 1968 aux Etats-Unis et déployée dans quarante-sept pays sur tous les continents. Sa vocation est de démontrer partout dans le monde l'efficacité de la communication, véritable levier de la compétitivité des entreprises.

Le jury EFFIE France 2016, présidé par Didier Truchot (Ipsos) et composé de représentants des agences, des annonceurs, des médias ainsi que de professionnels du marketing, a attribué trente prix et un Grand Prix. Ils ont été remis le 21 novembre 2016 au théâtre de Paris, au cours d'une soirée animée par Emilie Aubry, qui réunissait huit cents professionnels de la communication.

Les descriptifs et les principales clés du succès des neuf campagnes récompensées cette année par un EFFIE Or et des campagnes ayant figuré au palmarès d'EFFIE depuis 1994 sont consultables sur le site www.effie.fr.

A propos du prix EFFIE - Organisé par l'Association des agences-conseils en communication (**AACC**) et l'Union des annonceurs (**UDA**), 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.

Cette 23^e édition du prix EFFIE a reçu le soutien :

- de **366**
- de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (**ARPP**),
- de l'Institut de recherches et d'études publicitaires (**Irep**),
- du Syndicat des éditeurs de la presse magazine (**SEPM Marketing & Publicité**),
- du Syndicat national de la publicité télévisée (**SNPTV**),
- du Syndicat de la presse quotidienne nationale (**SPQN**),
- du Syndicat des régies internet (**SRI**),
- de l'Union des entreprises de conseil et achat média (**Udecam**),

Honeycomb, JCDecaux, Médiapost Publicité, My Check Experience et **Stratégies** ont également contribué à la réussite de cet événement.



A 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, Interactive, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de commissions transversales qui accompagnent les agences membres sur des sujets fondamentaux : talents, juridique, droit social, finance, développement durable. 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 de l'Union des annonceurs (UDA) - Fondée en 1916, l'UDA est, en France, l'organisation représentative des annonceurs, c'est-à-dire des entreprises qui recourent aux différentes techniques de communication pour promouvoir leurs produits, leurs services, leur notoriété ou leur image. Elle compte 6000 membres, au sein de ses 200 entreprises adhérentes, de toutes tailles, tous statuts et tous secteurs. L'UDA a pour missions : de faire valoir les intérêts et les positions des annonceurs auprès de leurs interlocuteurs professionnels et de leur environnement économique, social et politique, français et européen ; de permettre à ses adhérents d'optimiser, en efficacité et en coût, leurs investissements en communication ; de promouvoir une communication responsable en élaborant et en mettant en œuvre des pratiques loyales et éthiques. www.uda.fr

Contacts presse :

Vae Solis - Camille Chareyre - 01 53 92 80 27

AACC - Isabelle Guillotin - 01 47 42 13 42

Florence Gillier & Associés - Valérie Hackenheimer valerieh@fgcom.fr - 06 12 80 35 20

Floriane Monnier florianem@fgcom.fr - 01 41 18 85 55

En annexe : Le palmarès 2016 - Les grands prix EFFIE depuis 1994 – Le jury 2016

Palmarès 2016

GRAND PRIX

MEETIC

#LOVEYOURIMPERFECTIONS

BUZZMAN
VIZEUM

ALIMENTATION

OR	ARGENT	BRONZE
GROUPE BEL	MONDELEZ	VITAGERMINE
<i>MINI BABYBEL SUPERCHEESE</i>	<i>LU - LE PETIT PLUS</i>	<i>BABYBIO - DOUDOU AVENTURIER</i>
YOUNG & RUBICAM PARIS OMD	PROXIMITY BBDO CARAT	ROSAPARK VIZEUM

BOISSON

ARGENT
NESTLE WATERS FRANCE
<i>PERRIER - HOT AIR BALLOONS</i>
OGILVY & MATHER ZENITH

BIENS DURABLES

OR	ARGENT	BRONZE
L'AGENCE NATIONALE DES FREQUENCES	DESJOYAUX PISCINES	HP
<i>LE PASSAGE A LA TNT HAUTE DEFINITION</i>	<i>OFFRE HALLUCINANTE</i>	<i>EPIC HACKS</i>
PUBLICIS CONSULTANTS .WITH. COMMUNICATION & COACHING STARCOM MEDIAVEST	BEING (GROUPE TBWA) PYGMALION MEDIA (MY MEDIA)	FRED & FARID OMD

AUTOMOBILE

OR	ARGENT	BRONZE
MERCEDES-BENZ	SMART	RENAULT
<i>L'ENQUETE</i>	<i>SORRY</i>	<i>#CAPTURTHENIGHT</i>
CLM BBDO - PROXIMITY BBDO FUEL	CLM BBDO - PROXIMITY BBDO FUEL	MARCEL OMD

DISTRIBUTION

OR	ARGENT	BRONZE
BURGER KING FRANCE	DECATHLON - TRIBORD	CONFORAMA
<i>STRATEGIE GLOBALE BURGER KING® FRANCE</i>	<i>WAVE</i>	<i>IL NE TIENT QU'A VOUS D'EN PROFITER</i>
BUZZMAN MY MEDIA	ROSAPARK	PROXIMITY BBDO - CLM BBDO ZENITH

HYGIÈNE BEAUTÉ SANTÉ

ARGENT
WELLA
<i>EIMI-L'ABECEDAIRE</i>
PROXIMITY BBDO

COMMUNICATION CORPORATE ET BTOB

OR	ARGENT
SOCIETE GENERALE	McDONALD'S
<i>ENTREPRENEURS</i>	<i>QUALITE</i>
FRED & FARID CARAT	TBWA \ PARIS OMD

SERVICES

OR	ARGENT	BRONZE
MEETIC	LA POSTE	LELYNX.FR
<i>#LOVEYOURIMPERFECTIONS</i>	<i>STAR WARS ENVAHIT LA POSTE</i>	<i>LELYNX.FR ET FRANCOIS DAMIENS</i>
BUZZMAN VIZEUM	HAVAS PARIS STARCOM MEDIAVEST	ROSAPARK MY MEDIA

COMMUNICATION PUBLIQUE ET D'INTÉRÊT GÉNÉRAL

OR	ARGENT	BRONZE
SANTE PUBLIQUE FRANCE	ARMEE DE TERRE	MINISTERE DES FAMILLES, DE L'ENFANCE ET DES DROITS DES FEMMES
<i>MERCI TABAC INFO SERVICE</i>	<i>VOTRE VOLONTE. NOTRE FIERTE.</i>	<i>LE HARCELEMENT SEXISTE ET LES VIOLENCES SEXUELLES DANS LES TRANSPORTS</i>
DDB PARIS CARAT	INSIGN CARAT	GYRO:PARIS/PARTIES PRENANTES CARAT

CULTURE ET LOISIRS

OR	ARGENT	BRONZE
EQUIDIA	UBER	LES ECHOS
<i>NAISSANCE D'UN POULAIN EN DIRECT</i>	<i>#UBERETMOI</i>	<i>LA RELEVÉ 2016 - LES DEFRIQUEURS</i>
FRED & FARID	MARCEL	ICI BARBES

PETITS BUDGETS ET OPERATIONS SPECIALES

OR	ARGENT	BRONZE
MINISTERE DES FAMILLES, DE L'ENFANCE ET DES DROITS DES FEMMES	FONDATION NICOLAS HULOT POUR LA NATURE ET L'HOMME	NESTLE GRAND FROID
<i>LE HARCELEMENT SEXISTE ET LES VIOLENCES SEXUELLES DANS LES TRANSPORTS</i>	<i>MY POSITIVE IMPACT</i>	<i>BUITONI - PICCOLINIS TENTAZIONE</i>
GYRO:PARIS/PARTIES PRENANTES CARAT	HAVAS PARIS	WE ARE SOCIAL ZENITH

ANNONCEURS PME PMI

BRONZE
KEEP COOL
<i>LES PRETEXTES BIDONS</i>
BLUE EGG MEDIATRACK



LES GRANDS PRIX EFFIE DEPUIS 1994

- 1994 **LEVER FABERGE** « Omo est là et crapoto basta » - **LOWE ALICE**
- 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 - PUBLICIS**
- 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 - FullSIX**
- 2012 **SYSTEME U** « U, le commerce qui profite à tous » - **TBWA\Paris - My Media**
- 2013 **INPES** « PuceauX » - **McCann Paris - Carat**
- 2014 **McDONALD'S FRANCE** « No logo » - **TBWA\Paris - OMD**
- 2015 **LACOSTE** « Life is a beautiful sport » - **BETC - Havas Media**
- 2016 **MEETIC** « #loveyourimperfections » - **Buzzman - Vizeum**



COMPOSITION DU JURY EFFIE FRANCE 2016

Président

Didier Truchot, IPSOS

Collège agences

Thomas Granger, Buzzman

Thomas Jamet, Udecam

Patrick Lara, Publicis

David Leclabart, Australie

Anne Vincent, TBWA\Paris

Collège médias

Elisabeth Cialdella, SPQN

Virginie Mary, SNPTV

Jean Muller, JCDecaux

Bruno Ricard, 366

Eric Trouset, Mediapost Publicité

Collège marketing

Denis Bied-Charreton, Université Paris Dauphine

Véronique Drecq, ESSEC

Gérard Lopez, BVA

Maria Mercanti-Guérin, CNAM

Benoit Tranzer, Kantar Group

Collège annonceurs

Sophie Bogdelin, Lesieur

Valérie Candeiller, Renault

Cyril Dechelette, La Poste

Morgane Jouot, Beiersdorf