



COMMUNIQUE DE PRESSE

24^e édition des prix EFFIE France

MONOPRIX, grand prix 2017

pour sa campagne « **Stratégie de reconquête 2017** »

réalisée par l'agence **ROSAPARK** (agence médias : Blue 449)

Pour cette édition 2017 d'EFFIE France organisée par l'AACC (Association des agences-conseils en communication) et l'UDA (Union des annonceurs), vingt-neuf campagnes de communication ont été récompensées par un jury de professionnels pour leur efficacité mesurée et prouvée, dont douze d'un EFFIE Or. Chacune d'entre elles illustre la contribution majeure de la communication au succès des entreprises.

Monoprix : complicité, émotion et fidélité

Après plusieurs années de succès, Monoprix est confrontée à l'arrivée massive d'offres spécialisées et à des investissements publicitaires de ses concurrents jusqu'à 12 fois supérieurs aux siens.

Dans ce contexte, l'enseigne a choisi de renforcer sa marque et a développé tout au long de la période 2016-2017 un dispositif de communication complice où les célèbres petites phrases redonnent de la valeur au quotidien. Quatre temps forts ont ainsi ponctué cette année : Pokemonop, Amazon Go, le nouveau programme de fidélité et les 85 ans de l'enseigne. Cet anniversaire a d'ailleurs été l'occasion de déployer un film télévision de 4 minutes dans lequel la marque s'inscrit dans l'émotion du quotidien et qui a contribué à renforcer la côte d'amour de l'enseigne.

Les trois principaux objectifs que Monoprix avait fixé à sa communication ont ainsi été atteints. Elle lui a en effet permis :

- de défendre ses positions. Son chiffre d'affaires a progressé de 2,5 % entre mars 2016 et mars 2017 (source interne).
- de retrouver son statut de leader émotionnel. 53 % des Français revendiquent un lien émotionnel avec Monoprix alors qu'ils ne sont que 47 % à le faire vis-à-vis de son deuxième concurrent (source Institut Repères).
- de renforcer la fidélité de ses clients. Aujourd'hui, avec 21 visites en moyenne par client et par an, leur fréquence a progressé de 4,7 % en 2017 par rapport à 2016 (source Kantar Worldpanel) et le nombre d'adhérents à la carte de fidélité de l'enseigne a bondi de + 56 % entre mai 2016 et mai 2017 (source interne).

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

Pour la deuxième année, la soirée 2017 a été l'occasion de désigner l'agence Effie de l'année. **Rosapark** (Grand Prix Effie 2017 et 2 Effie Or) et **Proximity BBDO** (2 Effie Or, 1 Effie Bronze) ont remporté ex-aequo le titre d'agence de l'année Effie France 2017. Elles ont chacune obtenu 30 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 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/>

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

Cette 24^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 2017, 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 27 novembre 2017 au théâtre de Paris, au cours d'une soirée animée par Thomas Misrachi. Elle 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'AACC (Association des agences-conseils en communication) et l'UDA (Union des annonceurs), 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 24^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 Communication, Stratégies fidèles soutien du prix Effie ainsi que **Cap Tag** 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, Digital, 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'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 oeuvre des pratiques loyales et éthiques. www.uda.fr

Contacts presse :

Vae Solis - Thibault Delahaye - 01 53 92 80 23

AACC - Isabelle Guillotin - 01 47 42 13 42

Contact presse UDA : 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 2017 - Les grands prix EFFIE depuis 1994 – Le jury 2017

Grand Prix

Monoprix

Stratégie de reconquête 2017

Rosapark
Blue 449

Palmarès 2017

Alimentation

OR

Haribo Ricques Zan France

*Kids voices
Tagada*

Babel
Mindshare

ARGENT

Lactel (groupe Lactalis)

*Les Retrouvailles
Matin Léger de Lactel*

DDB Paris
Havas Media

BRONZE

Lindt & Sprüngli

*Lancement Lindt Sensation
Fruit*

Leo Burnett France
Re-Mind PHD France

Boisson

OR

Nestlé Waters

#ChezMoiOnDit - Hépar

Marcel
Zenith

ARGENT

Danone Eaux France

*Le Réveil de la Force
Volvic*

Y&R Paris
Landor Paris

BRONZE

Nestlé

*Welcome to the coffee lands
Nescafé*

Publicis Conseil
Zenith

Entretien et produit de grande consommation non alimentaire

OR

L'Oréal Paris

Masques

McCann Paris
Zenith

Biens durables

OR

Saint Maclou

On fait tout pour que ce soit beau chez vous

Proximity BBDO/Buy BBDO
Havas Media

ARGENT

Engie

Elec Verte

Publicis Conseil
Publicis Consultants
Publicis Media

BRONZE

SoCoo'c

SoCoo'c, des cuisines So !

Elvis
MEDIATRACK - Groupe CoSpirit

Automobile

OR

Mercedes-Benz

La rencontre

Proximity BBDO
CLM BBDO
Fuel

ARGENT

Alpine

Alpine is back !

Havas Paris

BRONZE

Peugeot

*Jamais un SUV n'est allé aussi loin
Nouveau SUV Peugeot 3008*

BETC
Havas Media

Distribution

OR

Monoprix

Stratégie de reconquête 2017

Rosapark
Blue 449

ARGENT

Subway

C'est vous le chef !

McCann Paris
Mediacom

BRONZE

Saint Maclou

On fait tout pour que ce soit beau chez vous

Proximity BBDO/Buy BBDO
Havas Media

Mode accessoire luxe

OR

Lipault

Campagne de marque

So Bang

Hygiène beauté santé

OR

L'Oréal Paris

Masques

McCann Paris
Zenith

Services

OR

La Poste

*Le code à la Poste
#30planspour30euros*

Havas Paris
HRCLS
Starcom

ARGENT

Société Générale

*Crypto
Carte option crypto dynamique*

Fred & Farid
Carat

BRONZE

GMF

Nous sommes pour ceux

TBWA\Paris
KR Media

Communication publique et d'intérêt général

OR

Santé Publique France

Moi(s) sans tabac

DDB Paris
Carat

ARGENT

Unapei

Mélanie peut le faire

Gloryparis

BRONZE

Santé Publique France

*Campagne prévention HSH
(Hommes ayant des rapports
sexuels avec des hommes)*

Australie
Make Me Pulse
Carat

ONG

OR

Addict'Aide - Fonds Actions Addictions

Like my addiction

BETC

ARGENT

FIDH

*Génocide au Burundi
#StopThisMovie*

We Are Social

Culture et loisirs

OR

Tribord by Decathlon

Easybreath

Rosapark
Havas Media

ARGENT

Futuroscope

*Campagne de repositionnement
Vous n'imaginez pas ce qui vous
attend*

Brune
Havas Media

BRONZE

Ubisoft

Ghost Recon Wildlands

DDB Paris



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**
- 2017 **MONOPRIX** « Stratégie de reconquête 2017 » - **Rosapark – Blue 449**



COMPOSITION DU JURY FINAL :

Président : Didier Truchot, Ipsos

Collège agences :

Fabienne Cammas, Babel
Vincent Léorat, DDB
Gautier Picquet, UDECAM
Bruno Tallent, McCann
Olivier Vigneaux, BETC DIGITAL

Collège média :

Brigitte Bizalion, SEPM Marketing & Publicité
Elisabeth Cialdella, SPQN
Jean Muller, JCDecaux
Bruno Ricard, 366
Eric Trousset, Mediapost Publicité

Collège marketing :

Denis Bied-Charreton, Université Paris Dauphine
Véronique Drecq, ESSEC
Gérard Lopez, BVA
Maria Mercanti-Guerin, IAE Paris
Benoit Tranzer, Kantar

Collège annonceur :

Catherine Buch-Faure, Axa France
Anne-Gabrielle Dangu, Unilever
Stéphanie Van Rossum, Procter & Gamble