



Communication extérieure : Lacoste (Grand Prix) et Air France (Prix DOOH) en tête des campagnes primées par le GPCE

Les campagnes « Play with icons » et « Déconnectez » ont reçu les deux principaux prix au 51^e Grand prix de la communication extérieure. 17 autres campagnes figurent au palmarès.

Le Grand Prix de la Communication Extérieure, qui récompense chaque année les campagnes de communication extérieure les plus créatives de l'année, a dévoilé le palmarès de sa 51^e édition, qui s'est tenue cette année à Metz. Son jury (*voir encadré*) a visionné une sélection de 98 campagnes diffusées en 2025 en OOH, dont 33 campagnes déclinées en DOOH. Pour la première fois, un prix spécial était décerné à une campagne DOOH, reflétant l'évolution du marché de la communication extérieure, dont la remarquable croissance est essentiellement portée par celle de l'affichage digital.

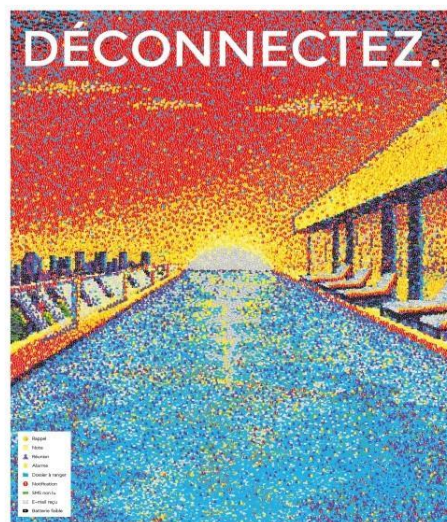
La campagne « Play with icons » de Lacoste, réalisée par BETC, remporte le Grand Prix. Elle entendait « *célébrer les icônes qui sont, aujourd'hui, au cœur de la maison Lacoste : ses intemporelles et universelles pièces et les personnalités audacieuses* (Pierre Niney, Adèle Exarchopoulos, Venus Williams, Wang Yibo et Novak Djokovic) *qui les portent au quotidien* ». Ses affiches géantes faisaient partie d'une campagne 360° comportant affiches géantes, 12 m² dans le métro et DOOH, en même temps que print, TV, digital et dans les boutiques Lacoste.

Quant au Prix DOOH, il a été décerné à « Déconnectez » d'Air France (réalisée par TBWA), une campagne décalée, qui fait la part belle à un besoin fondamental : celui de déconnecter dans un monde de plus en plus numérique. Ses concepteurs lui ont donné une inspiration pointilliste, les icônes des applications utilisées au quotidien se regroupant en une multitude de petits points colorés pour former la destination idéale. Quatre visuels en émergent : plages paradisiaques, city breaks, séjours tropicaux et relaxation dans des hôtels avec piscine. De quoi faire rêver tout le monde...

«Création et affiche, c'est comme basse-batterie en musique : l'une ne va pas sans l'autre. C'est la base, la fondation.

Les campagnes que le magnifique jury que j'ai eu la chance de présider a pu visionner - et qu'il a dû départager ! –montrent comme toujours que la création + le media affichage is a beautiful sport... »

Stéphane XIBERRAS, président du jury



VOUS MÉRITEZ DE BONNES VACANCES.

AIRFRANCE holidays
OFFRES IRRÉSISTIBLES VOL+HÔTEL

« La créativité reste la raison d'être de la communication et la campagne Lacoste illustre avec élégance le lien émotionnel entre une marque et les consommateurs. Je me réjouis aussi de voir primée une campagne DOOH cette année. Celle d'Air France montre en effet un usage intelligent et différenciant de ce format si prometteur. »

Valérie DECAMP, Présidente du GPCE

LE PALMARÈS COMPLET

GRAND PRIX

Lacoste – « Play with icons » (BETC)

PRIX DOOH

Air France – « Déconnectez » (TBWA)

PRIX

Back Market (Marcel)

Canal + – « Déjà sur Canal + » (BETC)

Cartier – « Panthère » (Publicis Luxe)

Danette – « Top of the Pop » (BETC)

IKEA – « Visserie » (Buzzman)

La ligue contre le Cancer (BBDO)

Maison Perrier – « Sober Chic » (Ogilvy)

Oatly (Nc)

MENTION DOOH

Honda – « Moto Bored Cam » (BBDO)

MENTIONS

Actes Sud – « Millenium » (Change)

Burger King – « Master Munster » (Buzzman)

KFC – « Handmade Billboards » (Havas Paris)

La Vie – « Gammes » (Buzzman)

JBE Books – « Pas de publicité merci » (BETC)

Pampers (Publicis)

Radio Nova (La Chose)

Wecasa – « On va vous ménager » (Buzzman)

LE JURY



Président : Stéphane Xiberras,
*président et directeur de la création
de BETC France*

Agnès Cavard (BETC)

Matthieu Elkaim

Stéphane Gaubert (Havas Paris)

Benoît Jung (Steve)

Marion Thiery (BBDO Paris)

Mélanie Pennec (Romance)

Jean-François Sacco (Rosa Paris)

Marie-Eve Schoetti (Publicis Luxe)

Clément Sechet (Marcel)

Lucie Vallotton (TBWA\Paris).

KANTAR

Pour rappel, l'inscription des campagnes était totalement gratuite et s'est faite en collaboration avec **Kantar Media**, partenaire du GPCE depuis sa création en 1974.

Les visuels de toutes les campagnes primées sur le site de l'UPE