



CANNES ACADEMY - 25 SEPTEMBRE 2017

Les inspirations et enseignements créatifs des Cannes Lions

L'**AACC**, le **Club des Annonceurs** et l'**UDECAM** donnent rendez-vous aux décideurs et stratèges de marques pour la deuxième édition de la Cannes Academy, une soirée exceptionnelle qui mettra à l'honneur la création **le lundi 25 septembre à 19h** au mythique **Studio 104** de **Radio France**.

Analyse du meilleur de la créativité mondiale issue des Cannes Lions, mise en perspective des principales tendances et courants créatifs 2018...Cannes Academy est un véritable laboratoire d'inspiration.

Mark Tungate, journaliste et écrivain, animera cette soirée et plus particulièrement "Inside the Lions", un retour d'expérience par les jurés des Cannes Lions 2017. Ensemble ils livreront leurs coups de cœur sur les campagnes françaises et internationales, et leurs visions des nouveaux défis de leurs métiers :

Mélanie Pennec, Art Director de DDB Paris (Jury Outdoor),

Bruno Bertelli, Chief Creative Officer de Publicis Worldwide (Président du jury Outdoor),

Faustin Claverie, Executive Creative Director de TBWA PARIS (Jury Film),

Benjamin Dessagne, Directeur Création de BUZZMAN (Jury Cyber).

Katrina Dodd, Senior Consultant chez **CONTAGIOUS Magazine**, présentera "Cannes Deconstructed », une analyse exclusive des Cannes Lions qui explorera les quatre grandes tendances à retenir pour 2018.

Enfin, **The Blaze**, conclura la soirée, avec son clip Territory, Grand Prix du Film Craft, salué par Robert Galluzzo, Président du jury : "Le casting est éblouissant. La cinématographie est glorieuse. La musique est incroyable. Le montage est superbe."

Les co-organisateurs de Cannes Academy se réjouissent de cette seconde édition :

« *Aujourd'hui, nous pouvons tous voir rapidement les campagnes primées sur internet ... Mais décrypter les grandes tendances, comprendre leurs impacts sur nos métiers est indispensable pour rester à la pointe et être meilleurs l'année prochaine* » précise **Olivier Altmann**, Président de la délégation Publicité de l'AACC.

« *Dans un monde où tout s'accélère il est essentiel de prendre le temps de comprendre et d'échanger, au-delà des silos.* » recommande **Thomas Jamet**, représentant de l'UDECAM pour cette soirée.

« *88 Lions français, les plages privées des Gafa et BATX, les keynotes ou polémiques des grands dirigeants d'agences... Le festival de Cannes reste référent sur les grandes tendances créatives et les meilleurs dispositifs internationaux.* » rappelle **Hubert Blanquefort d'Anglards**, Président du Club des Annonceurs.

Kantar, L'ADN et Radio France Publicité sont les partenaires d'une soirée résolument placée sous le signe de la créativité.

Inscription à l'événement : <https://cannesacademy2.splashthat.com/>

450 personnes se sont déjà inscrites.

Contacts presse :

AACC - Emilie Rohmer - erohmer@aacc.fr – 01 47 42 27 26

Le Club des Annonceurs - Stéphanie Courtois – scourtois@leclubdesannonceurs.com - 06 77 63 60 81

UDECAM - Françoise Chambre – francoise.chambre@udecam.fr - 06 85 03 83 69

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 | @AACCLive

A propos du Club des Annonceurs

Le Club des Annonceurs rassemble les Directeurs marketing, communication et digital des plus grandes marques autour d'un objectif commun : le partage d'expertises entre pairs. Avec plus de 150 membres issus de 100 grandes entreprises de tous secteurs d'activité, le Club des Annonceurs forme aujourd'hui une puissante communauté de décideurs. Véritable club de marques, il exprime sa singularité parmi les différentes instances du secteur en privilégiant une démarche opérationnelle plutôt qu'institutionnelle. Pour cela, le Club des Annonceurs propose à ses membres de profiter de l'expertise de chacun en toute confidentialité, de participer aux rencontres et au voyage d'étude annuel pour aller au-delà des buzz et tendances, et d'accéder à des contenus premium pour parfaire leurs plans d'action.

www.leclubdesannonceurs.com

www.twitter.com/Club_Annonceurs

www.facebook.com/LeClubdesAnnonceurs

A propos de l'UDECAM

L'Union des Entreprises de Conseil et Achat Media réunit 28 Agences medias, architectes des strategies de moyens au service des objectifs branding et business des marques. L'Udecam réunit : DentsuAegis Network (Carat et Vizeum), Agence 79, Anacrouse, Ecrans & Media, Fifty Five, Havas Media (MPG et Arena), GroupM (KR Media, Mediacom, MEC, Mindshare), Mediabrands, Mediakeys, Mediatrack, Neo@ogilvy, Oconnection, OmnicomMediaGroup (OMD, PhD, Fuse), Poster Conseil, Publicis Media (Zenith, Starcom, Blue 449), Re-mind, Repeat Depuis 1996, cette association est une instance de dialogue et de concertation avec les différents partenaires des médias et de la communication mais aussi entre les collaborateurs des Agences. Elle valorise l'expertise média et hors-média, défend les intérêts collectifs de ses adhérents et les représente auprès de tous les acteurs du marché : pouvoirs publics, organismes professionnels et interprofessionnels, médias, annonceurs et relais d'opinion. Aujourd'hui les Agences medias de l'Udecam rassemblent près de 4 000 collaborateurs et réalisent un billing de près de 12 milliards d'€ dont 40% via les activités de diversification qu'elles développent (OOH, Etudes, Brand Content, Digital, Evènementiel...). Elles représentent près de 90%* des investissements médias réalisés en France. www.udecam.fr

A propos de Contagious

In an industry struggling to separate the signal from the noise, Contagious Magazine provides a curated, measured review of the most important developments driving marketing, technology and business creativity each quarter.