

Benjamin Marchal et Faustin Claverie, TBWA : « la pub est dans un cercle vicieux, dont la présidente est la data! »

A NE PAS MANQUER

Publié le 12/07/2021



IN. : quels autres prix ont grâce à vos yeux ?

B.M. : Les Effi qui par définition priment l'efficacité des campagnes, et le **One Club aux USA** qui promeut l'excellence créative de la pub via ses festivals **One Show, One Show Design, One Show Interactive** et **Onet Show Entertainment**.

IN. : si vous aviez un message à adresser à la profession ?

B.M. : qu'il faut que l'on cesse d'obéir à la bienséance mondiale. Qu'il faut arrêter notre guerre des longs couteaux, sans aucune solidarité, pour retrouver notre panache à la Française, et puis surtout ne pas oublier que les gamins aujourd'hui n'ont plus envie de faire de la pub. Or c'est un métier de transmission.

IN. : la campagne qui selon vous a brillé cette année ?

B.M. : dans un univers où il ne se passe rien, le travail réalisé par **Ubisoft** est remarquable. Ubisoft essaye de se mettre au niveau de l'entertainment, et c'est extrêmement plaisant.

IN. : et chez TBWA, vos coups de cœur ?

B.M. : en illustration, nous avons gagné avec entre autres, **Le Chocolat des Français**, une campagne état d'esprit, ludique, **Leica** ainsi que **LinkedOut**... Entre autres. Mais encore une fois, ne baissons pas la garde : Le secret, la valeur ne tient que dans l'excellence de l'idée créative...

Benjamin Marchal et Faustin Claverie tous deux directeurs artistiques, viennent d'être élus « Directeurs de création » de l'année par le Club des Directeurs Artistiques. Une belle reconnaissance pour ces deux compagnons de route à la tête de TBWA Paris depuis 6 ans. Entrevue cash. Par ailleurs, François Rousselet, est élu Réalisateur de l'Année, et Burger King consacré Annonceur de l'Année. Le palmarès suit au bas de l'interview.

INfluenzia : que représente cette récompense (NDLR : remportée l'an dernier par Rémi Babinet) ?

Benjamin Marchal : c'est un travail collectif qui est couronné. Au sein de l'agence, il y a une centaine de créatifs, un service d'achat d'art et une production excellents, une tribu entièrement dédiée au beau et au bien faire.

Faustin Claverie : cette récompense pointe du doigt une agence qui bénéficie de forces diverses qu'il s'agisse de digital, de films, de photo et d'illustration. Nous embrassons l'ensemble des techniques. De notre côté, Benjamin et moi, nous essayons toujours de trouver une cohérence tout en nous inscrivant dans une tradition de créativité forte qui aujourd'hui doit toucher les points de contact divers chez le consommateur.

IN. : quel est votre diagnostic concernant la pub telle qu'on la connaît ?

B. M. : que l'on ne doit pas oublier le rôle fondamental de celle-ci, ne pas négliger non plus la force et les valeurs d'une idée. Car c'est le seul bouclier qu'il nous reste en face de la data.

F.C. : aujourd'hui beaucoup d'entre nous s'inspirent des réseaux sociaux, il faut que nous retrouvions une certaine légèreté, que nous renouions avec la prise de risque. Nous sommes passés d'un statut où la pub faisait partie de la pop culture, l'incarnait, à un cercle vicieux, dont la présidente est la data.

IN. : le Cannes Lions a primé de l'efficacité au profit de la créativité. Le Club des Directeurs artistiques continue de défendre l'idée créative. Qui a raison ?

B.M. : Cannes est devenue une grande mascarade, un concentré de consensualité. 90% des prix sont mauvais, sont là pour sauver la planète, et la créativité ? On n'a plus le droit de commettre un acte créatif... ?

F.C. : Le jury du Club des directeurs artistiques est composé à 100% de créatifs. Il suffit de comparer : Vouch est président de la catégorie illustration (434 campagnes tout de même), à Cannes, c'est la direction du marketing de Disney qui juge les Craft Lions. (NDLR : Jayanta Jenkins, EVP, Head of



Retrouvez le palmarès du Club des Directeurs Artistiques qui était dévoilé hier soir au chalet des Îles, [ici](#) !

Les talents créatifs de l'Année.

Le Réalisateur de l'Année monte au palmarès des Grands Prix. Cette distinction vient légitimement compléter les prix des talents créatifs de l'année. Le classement est établi en fonction du nombre de distinctions rouges (or) totalisées. En cas d'égalité, sont ensuite retenues les récompenses blanches (argent) puis les bleues (bronze).

Benjamin Marchal et **Faustin Claverie**, Co-Directeurs de Création de **TBWA\Paris**, notamment distingués pour leurs campagnes **Entourage LinkedOut**, **Le Chocolat des Français**, **Leica** et **Système U**, se voient désignés Directeurs de la Création de l'Année avec 18 prix.

Georges Mohammed-Cherif (Buzzman) occupe la deuxième place (Blanc) avec 10 prix et le tandem **Antoine Colin & Jordan Lemarchand** (Mullenlowe) la troisième place (Bleu) avec 5 prix. **Philippe Boucheron** (Buzzman) est désigné Directeur Artistique de l'Année tandis que **Patrice Lucet** (Buzzman) est désigné Concepteur-Rédacteur de l'Année.

Les deuxièmes et troisièmes places sont respectivement occupées par **Jordan Lemarchand – Mullenlowe** (Blanc) et **Philippe Rachel – TBWA\Paris** (Bleu) en Direction Artistique, et le duo **Antoine Colin et Philippe Lopez – Mullenlowe** (Blanc) et **Patrice Dumas – DDB Paris** (Bleu), en Conception-Rédaction.

La première édition du Prix du Réalisateur de l'Année, distingue **François Rousselet**, pour le film **Diesel Francesca, que l'on doit aussi au directeur de création de Publicis Italy**, **Mihnea Gheoghiu**

[interviewé par INfluencia, à sa sortie.](#)