

Publicis investit la Croisette pour démontrer que la seule promesse qui compte à l'ère de l'IA est celle des résultats

16 juin, 2026 – Paris – Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] Publicis perpétue sa tradition de faire du Festival Cannes Lions une plateforme de transformation du secteur, en ouvrant cette année le débat sur les promesses qui gravitent autour des pitches liés à l'IA.

À un moment où l'industrie fait face à des bouleversements majeurs, à des vagues de licenciements et à des interrogations existentielles sur son avenir à l'ère de l'intelligence artificielle, il est plus important que jamais de réaffirmer la valeur réelle que nous créons.

L'intelligence artificielle, avec son potentiel apparemment illimité, n'a fait qu'accentuer l'écart entre les promesses formulées lors des pitches et ce qu'il est réellement possible de réaliser. Cette situation a contribué à la banalisation de notre valeur collective, favorisant souvent des offres commerciales qui privilégient de fausses promesses d'efficacité et des engagements de livraison irréalistes au détriment de véritables résultats business. Pour certains, nous sommes déjà allés trop loin. Visionnez le film [ici](#).

La conversation doit désormais passer des démonstrations d'IA aux preuves concrètes de résultats business, du coût de nos services à l'impact réel de notre travail.

Cette année à Cannes Lions, Publicis montrera comment cela peut devenir une réalité lors d'une session réunissant 350 clients et 70 investisseurs, selon les règles de Chatham House. Nous serons rejoints sur scène par Gülen Bengi (Global CMO, Mars Inc.) et Shakir Moin (President, Marketing, North America, The Coca-Cola Company) afin de lever le voile sur un parcours de transformation de douze mois, illustrant comment les promesses de l'IA se sont traduites en résultats business tangibles. Il s'agira d'un regard rare et transparent sur les succès, les difficultés et les résultats tirés de deux des plus importantes pitches de 2025.

Afin d'illustrer davantage un modèle où l'ingéniosité humaine, renforcée par des technologies intelligentes, génère une croissance mesurable, Publicis organisera également plus de 60 sessions à huis clos avec ses clients. Ces échanges couvriront cinq grands secteurs d'activité et s'appuieront sur des études de cas réels.



Arthur Sadoun, Président-Directeur Général de Publicis Groupe a commenté : La surenchère des promesses autour de l'IA et des offres commerciales intenable formulées lors des appels d'offres pour faire la une, conduit aujourd'hui à des suppressions massives d'emplois dans notre secteur. Collectivement, nous devons mettre fin à cette course vers le fond et réaffirmer notre capacité unique à délivrer ce que les clients recherchent réellement : de l'amour pour leurs marques, une croissance tangible et un succès mesurable. À Cannes, Publicis démontrera que la seule promesse qui compte dans un pitch est celle des résultats.

À propos de Publicis Groupe - The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial de la communication. Le Groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, du conseil à l'exécution, en combinant la transformation marketing et la transformation digitale des entreprises. Publicis Groupe se positionne comme le partenaire privilégié dans la transformation de ses clients pour leur permettre de créer une expérience personnalisée à grande échelle. Le Groupe repose sur dix expertises regroupées au sein de quatre activités principales : la Communication, les Médias, la Data, et la Technologie. Il propose à ses clients une organisation unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans chacun de ses marchés. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte environ 114 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#) | [YouTube](#) | [Instagram](#) | *Viva la Difference!*

Contact Publicis Groupe

Amy Hadfield

Directrice de la Communication

+ 33 (0)1 44 43 70 75

amy.hadfield@publicisgroupe.com