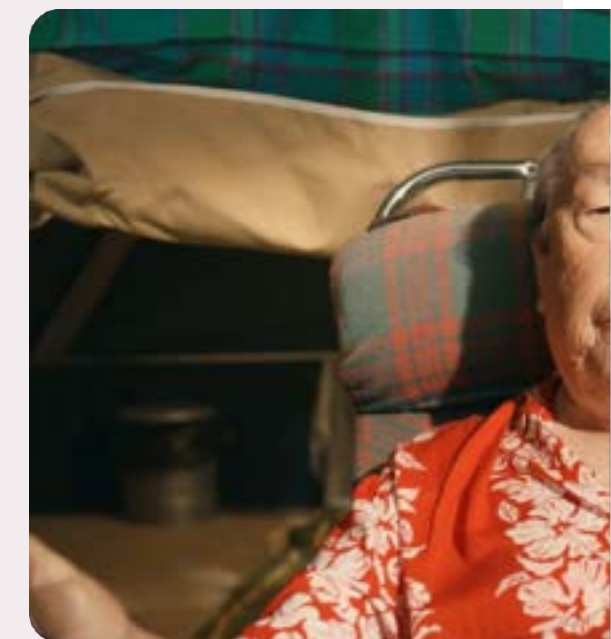




CREAPILLS

Les pilules qui dopent votre créativité

www.creapills.com



13 ans d'expertise créative



Plus de 150 marques et agences travaillent avec Creapills

VandB

PrintÖclock

factorial

WAFFLE
factory

tenable

STILL

KLORANE

FoodChéri.

écominéro

Continental

CHAMPAGNE
Nicolas Feuillatte
FRANCE

Hasbro

CA

Gallimard

Adobe

UNIQLO

SCC

Le média

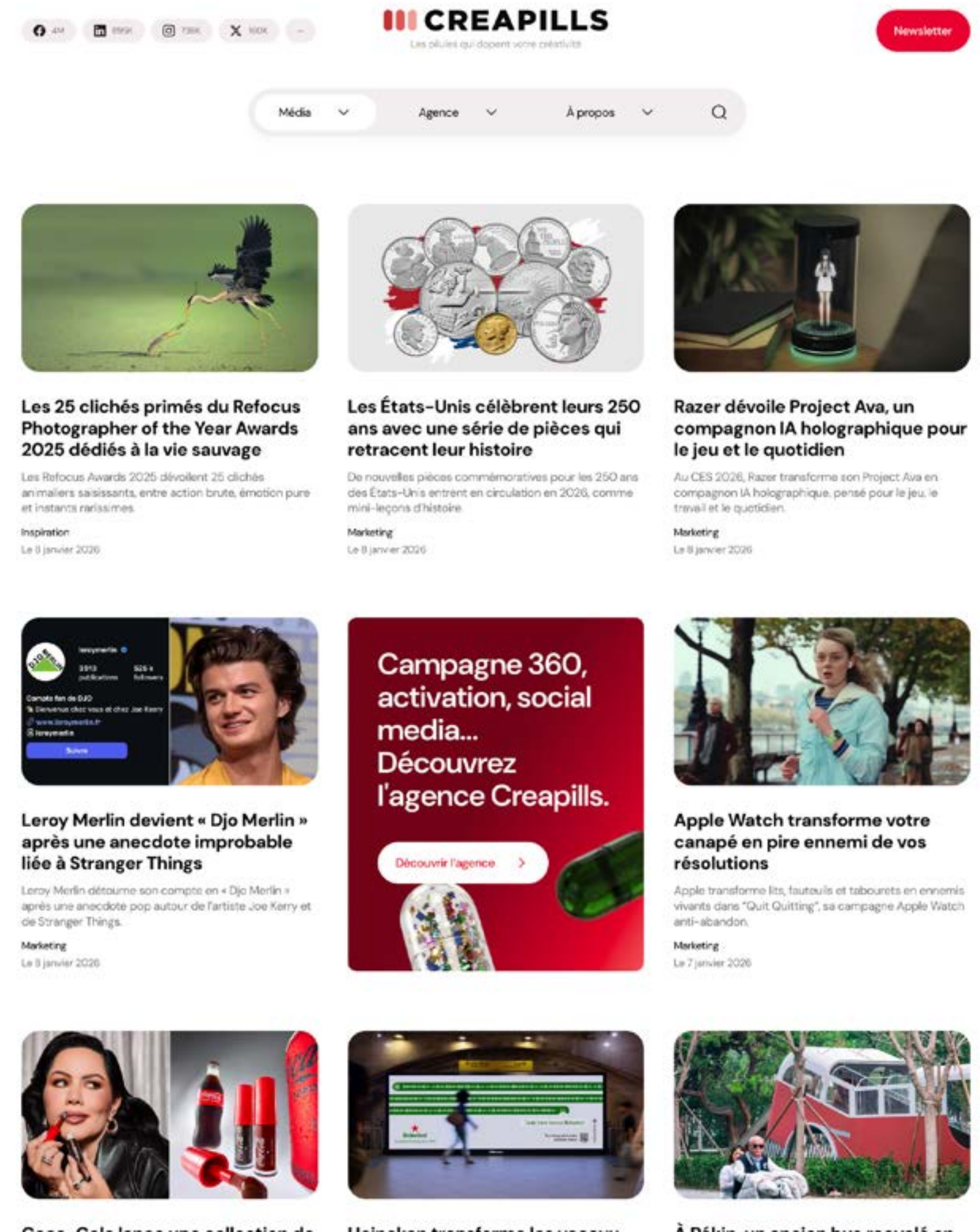
Depuis 2012, le média de référence pour les idées marketing et publicitaires les plus créatives.

+6M

abonnés

+100M

impressions /mois



L'agence

Une agence lancée en 2021 née de notre expertise créative et média pour accompagner les marques.

+15

collaborateurs

+60

campagnes

CREAPILLS
Les pilules qui dopent votre créativité

Newsletter

Média Agence À propos

Agence de publicité créative 360°

Agence de publicité et de communication 360° nourrie par la puissance d'un média, nous transformons chaque enjeu en opportunité : campagne de marque, communication BtoC ou BtoB, stratégie social media... **À chaque problème, il y a une création.**

Contactez-nous

Nos campagnes

Voir nos dernières campagnes

Ecominéro imagine ce que diraient les gravats s'ils pouvaient écrire au Père Noël avec Creapills

Avec les "Vœux de gravats", Ecominéro et Creapills imaginent ce que les gravats diraient au Père Noël s'ils pouvaient lui écrire.

UNIQLO dévoile le premier distributeur qui fonctionne avec... des câlins avec Creapills

UNIQLO lance un distributeur activé par des câlins pour promouvoir sa gamme HEATTECH. Une opération créative et virale imaginée avec Creapills.

Klorane imagine des exercices de musculation pour... renforcer vos cheveux avec Creapills

Klorane et l'agence Creapills musclent la com' anti-chute avec une campagne absurde et drôle pour promouvoir sa gamme capillaire à la Quinine & Edelweiss bio.



MÉDIA

Boostez la visibilité de vos idées



 CREAPILLS

Amplifiez l'impact de vos idées créatives

Pour les marques et les agences, nous sommes un accélérateur de visibilité et un booster de viralité.

Visibilité optimale



+100M reach /mois

Les campagnes gagnent une portée exceptionnelle et sont exposées à des millions d'internautes.

Audience qualifiée



+6M d'abonnés B2C/B2B

Créatifs, décideurs et passionnés : nous parlons directement à ceux qui comptent.

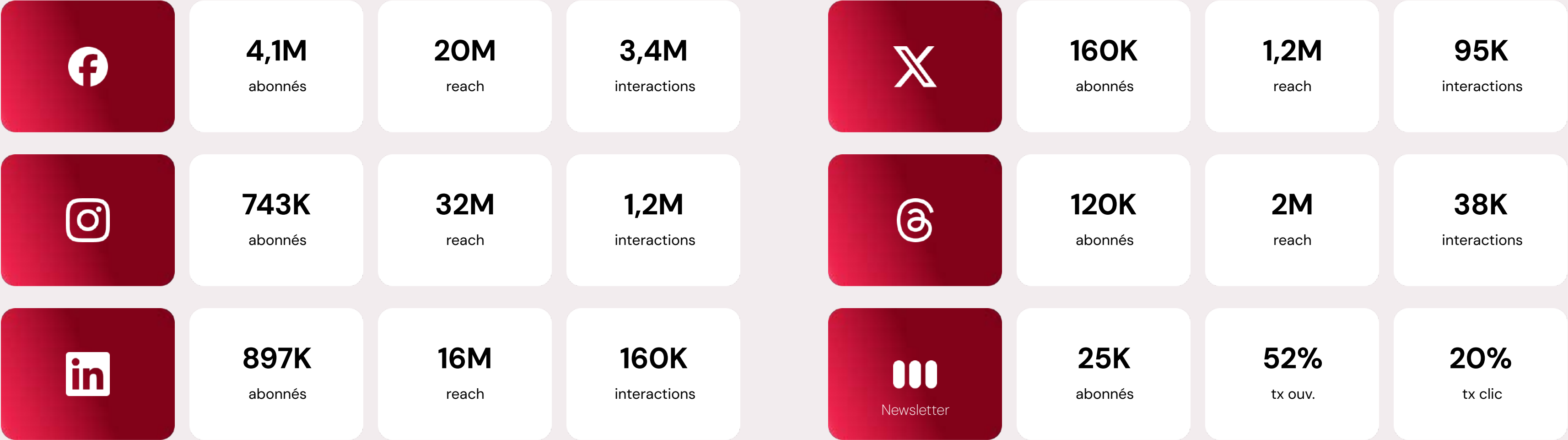
Éditorial reconnu



+20K idées éditorialisées

Des formats percutants et une tonalité virale, reconnus depuis 13 ans, pour donner puissance à vos idées.

Une présence massive sur tous les réseaux



Reach et interactions = mensuels
Chiffres mis à jour en janvier 2026

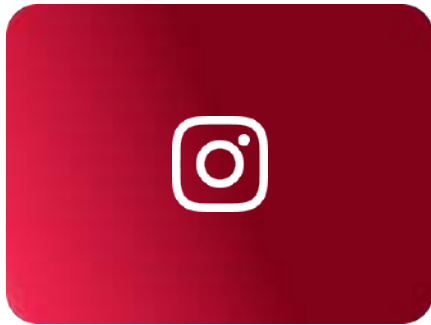
Détails des audiences principales



+4,1M
abonnés

+22M
impressions /mois

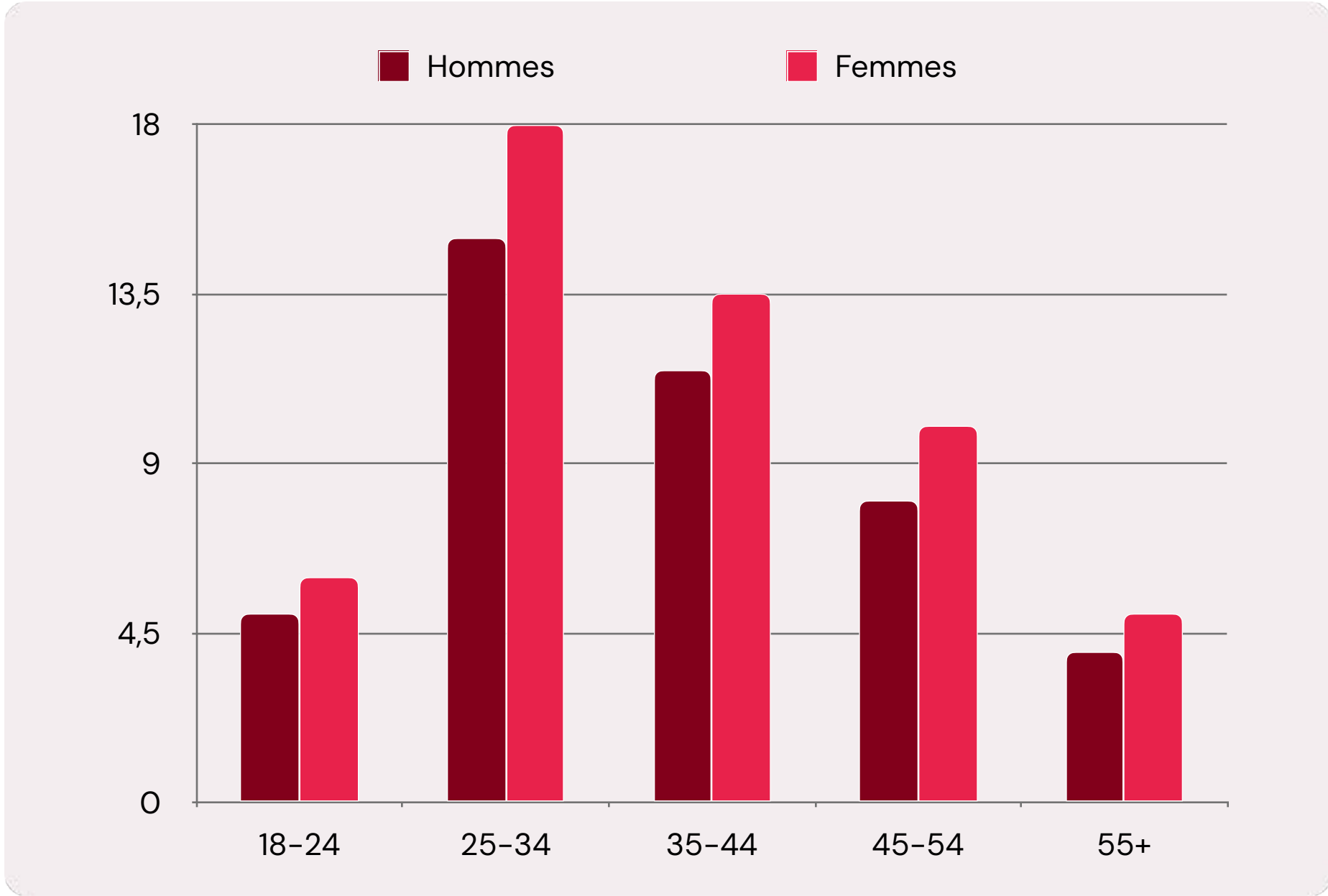
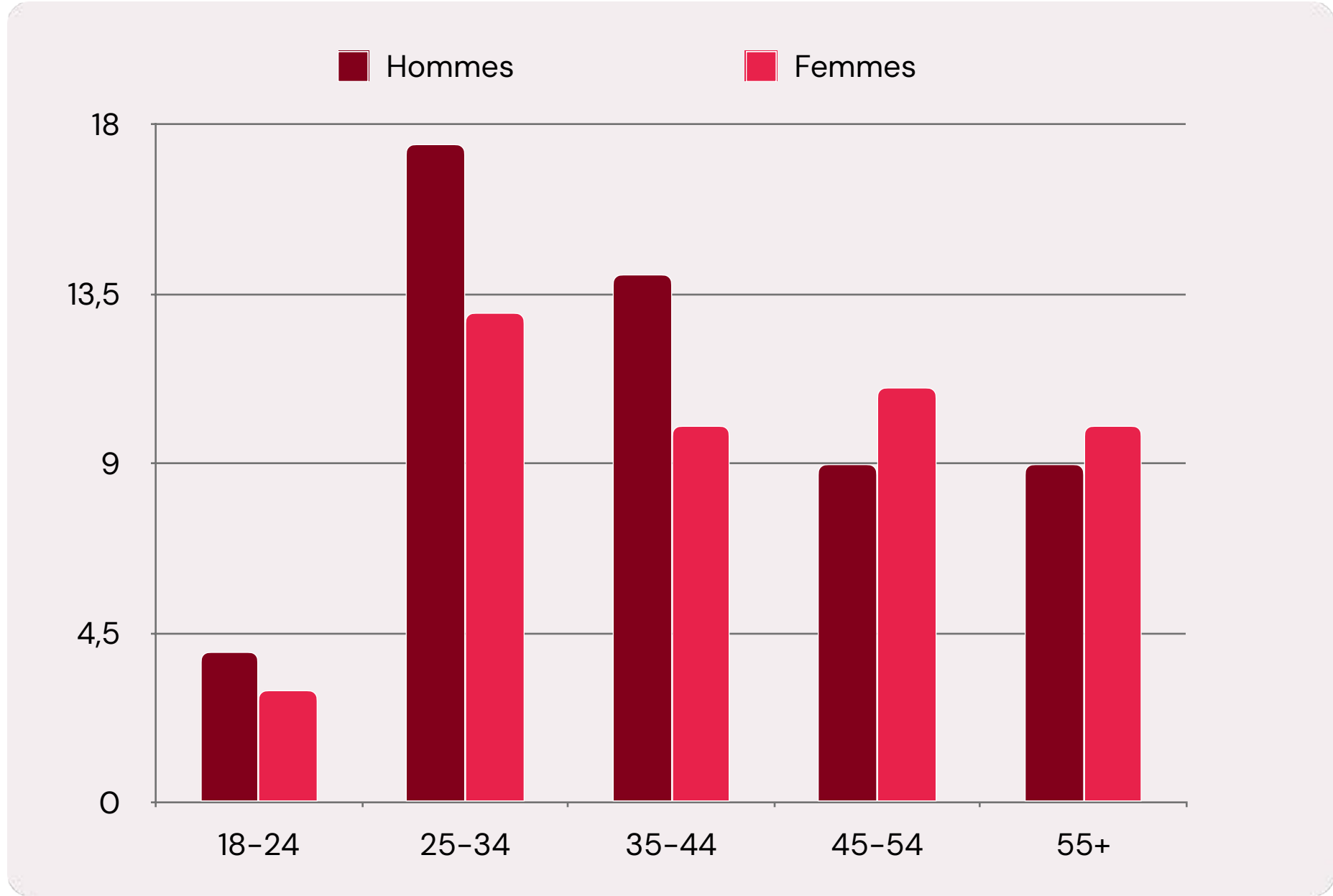
+3,4M
interactions /mois



+743 000
abonnés

+35M
impressions /mois

+1,2M
interactions /mois



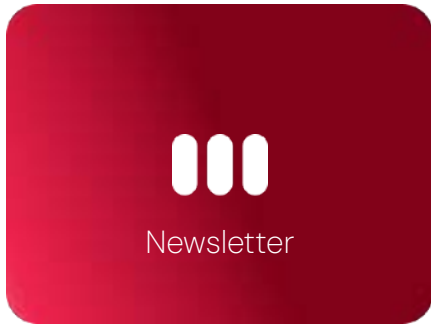
Détails des audiences principales



+897 000
abonnés

+20M
impressions /mois

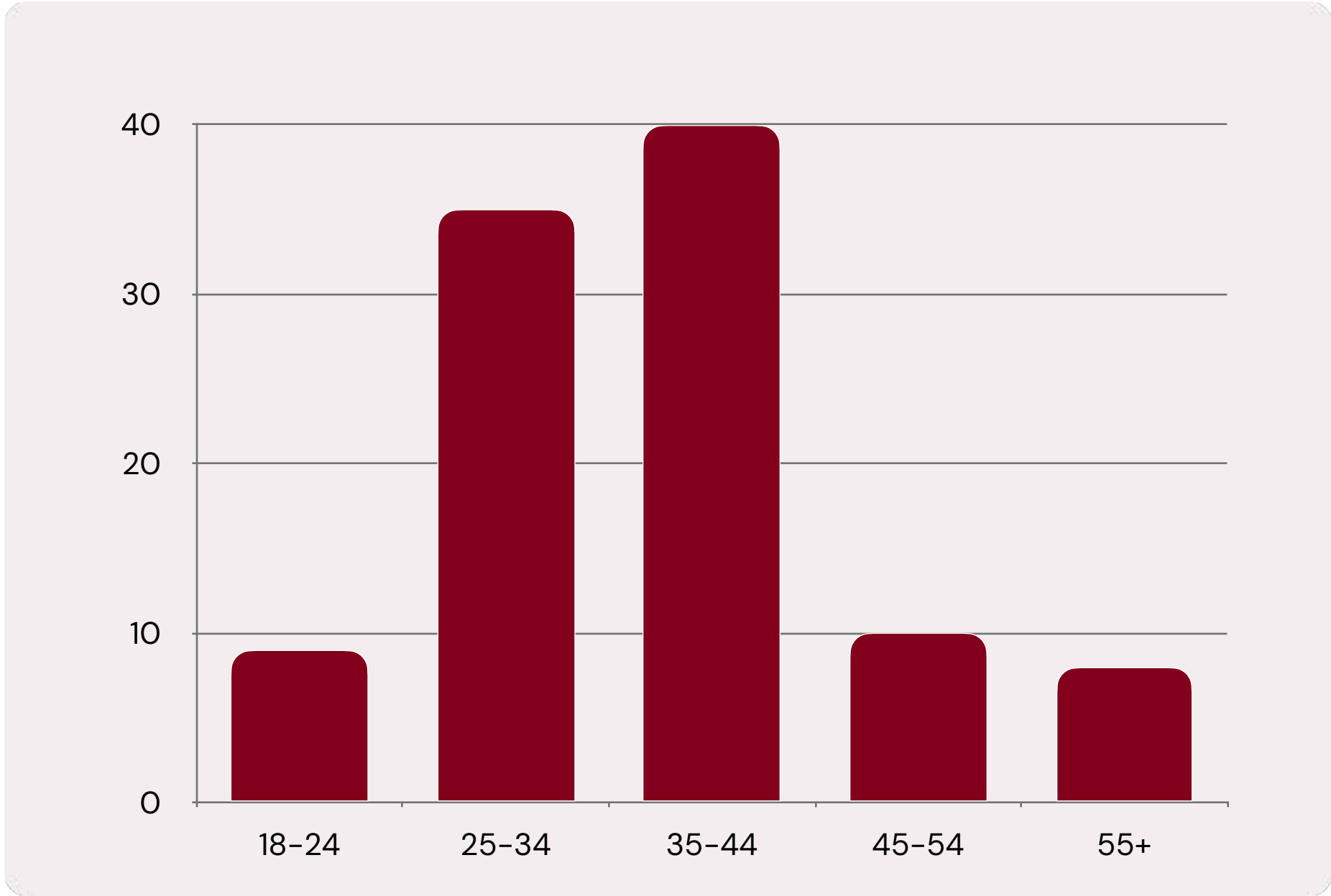
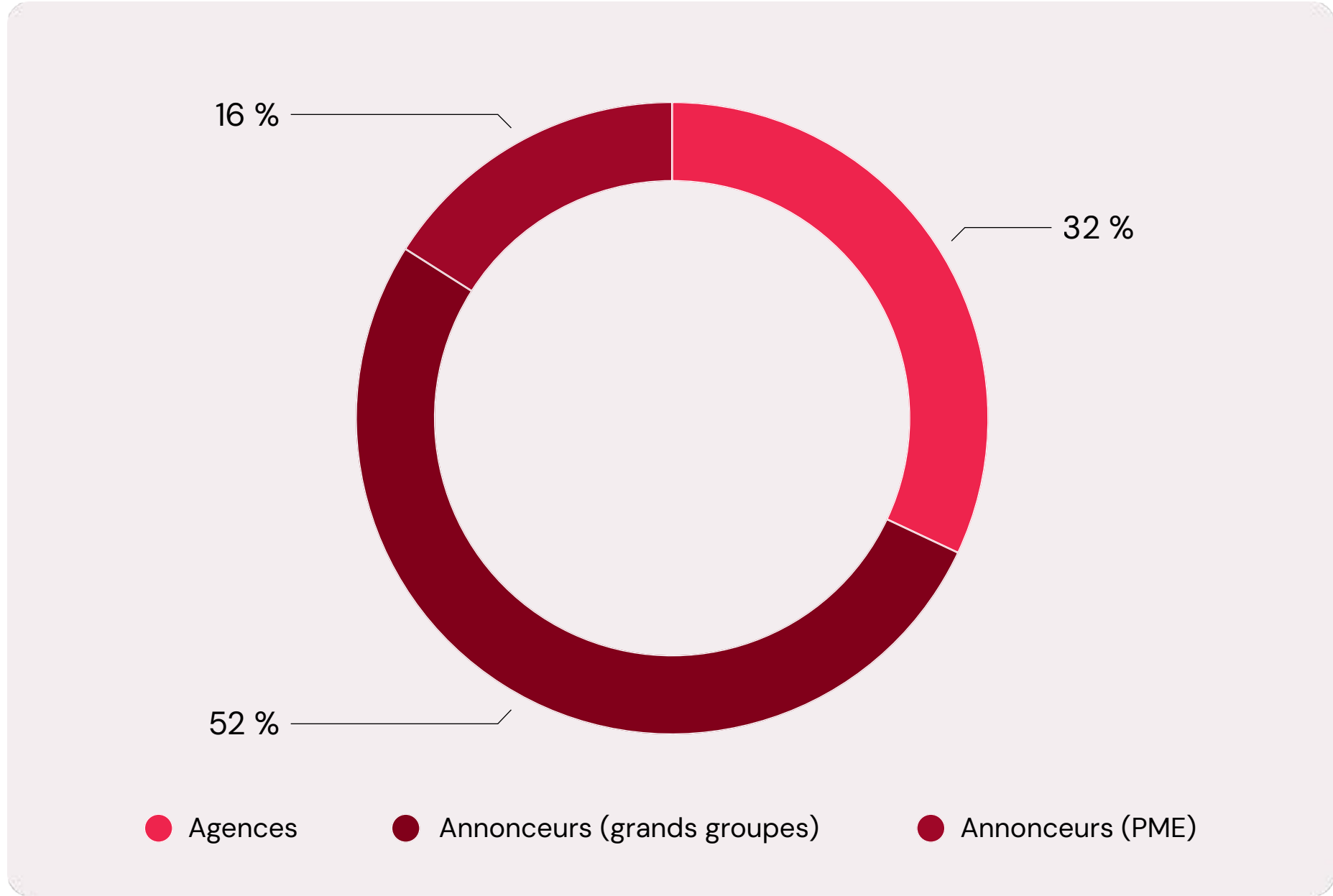
+160 000
interactions /mois



+25 000
abonnés

52%
taux d'ouverture moyen

38%
taux de clics moyen



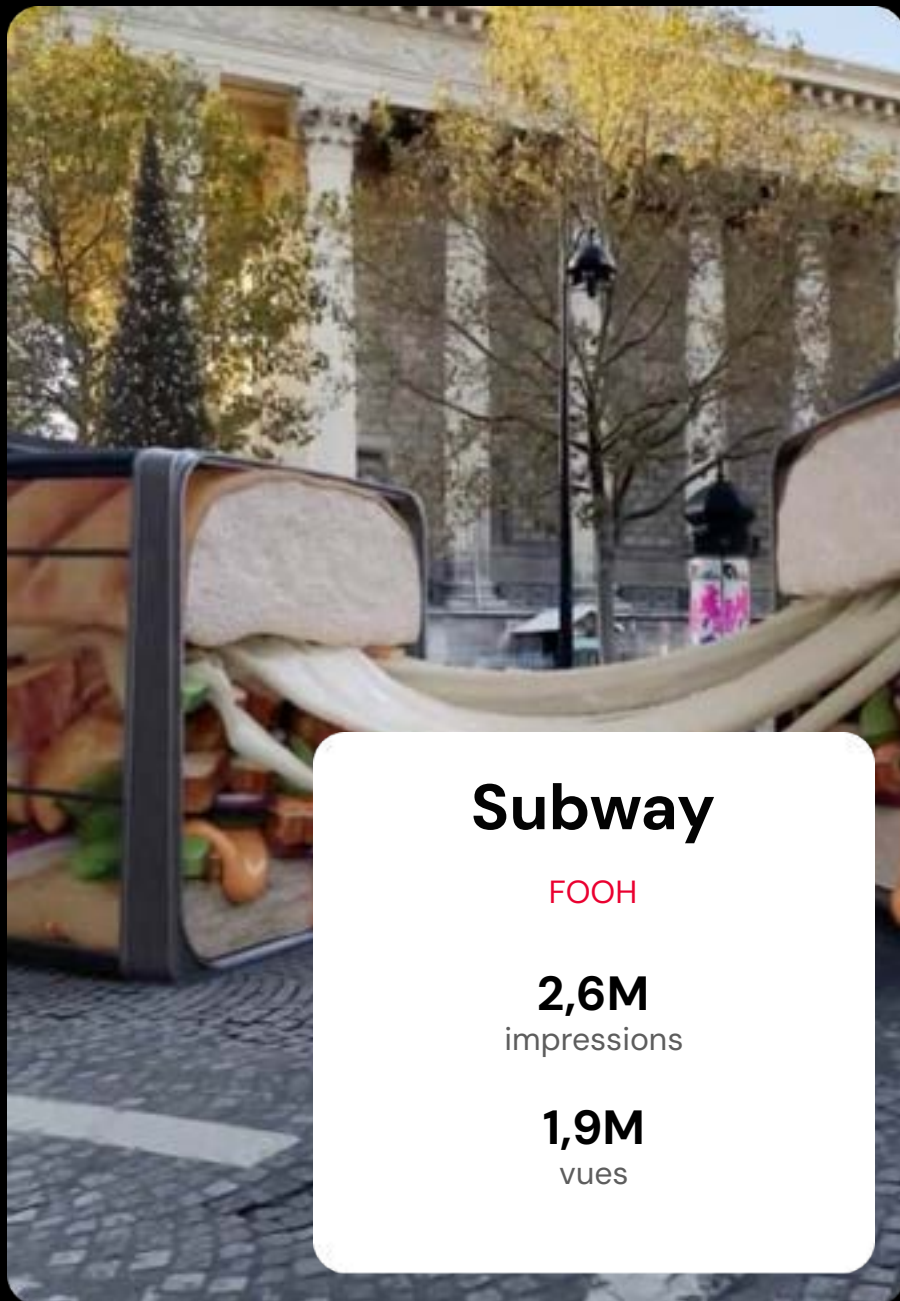
Boostez votre idée

Tarifs, délais
et process :
contactez-nous.

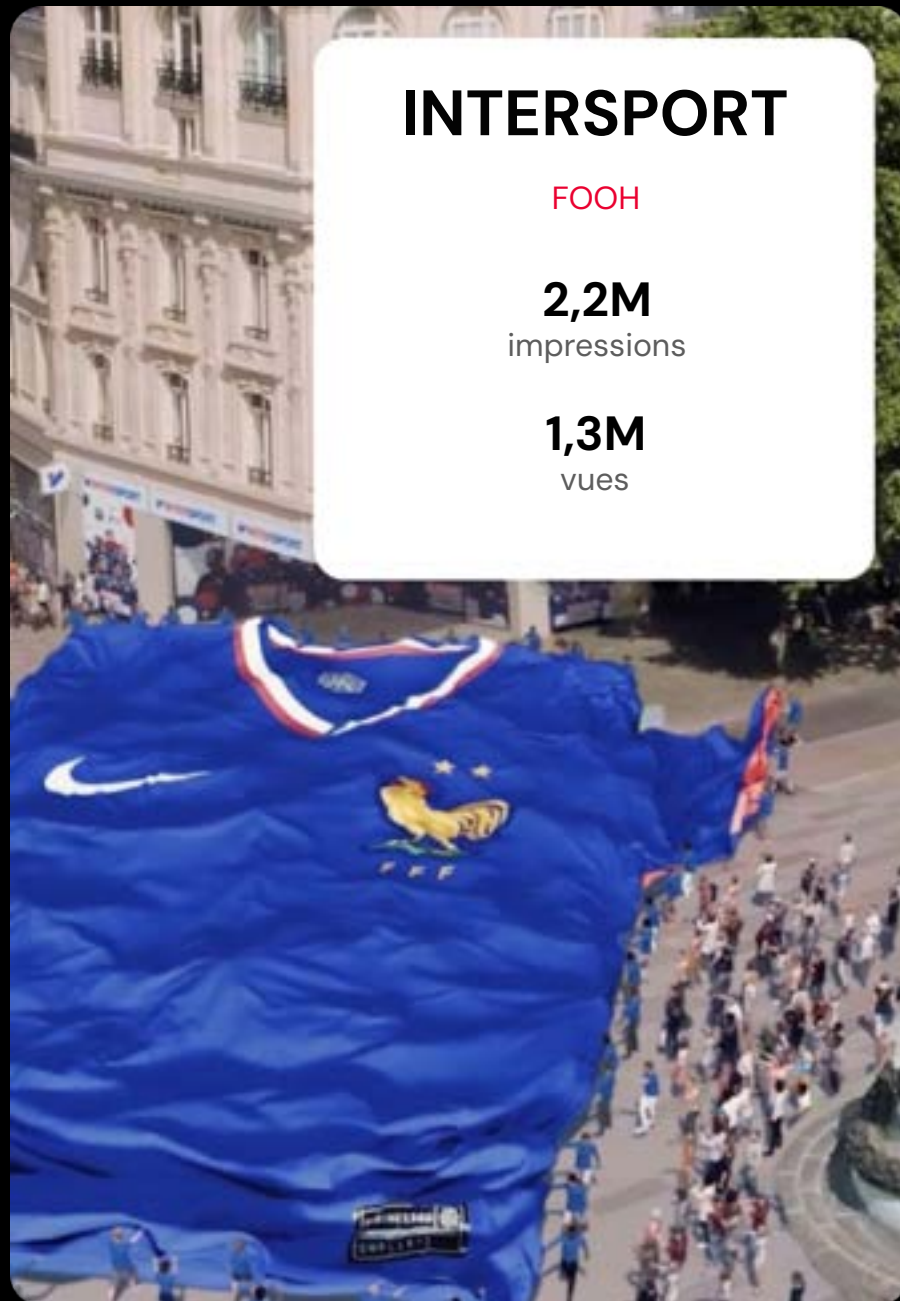
contact@creapills.com



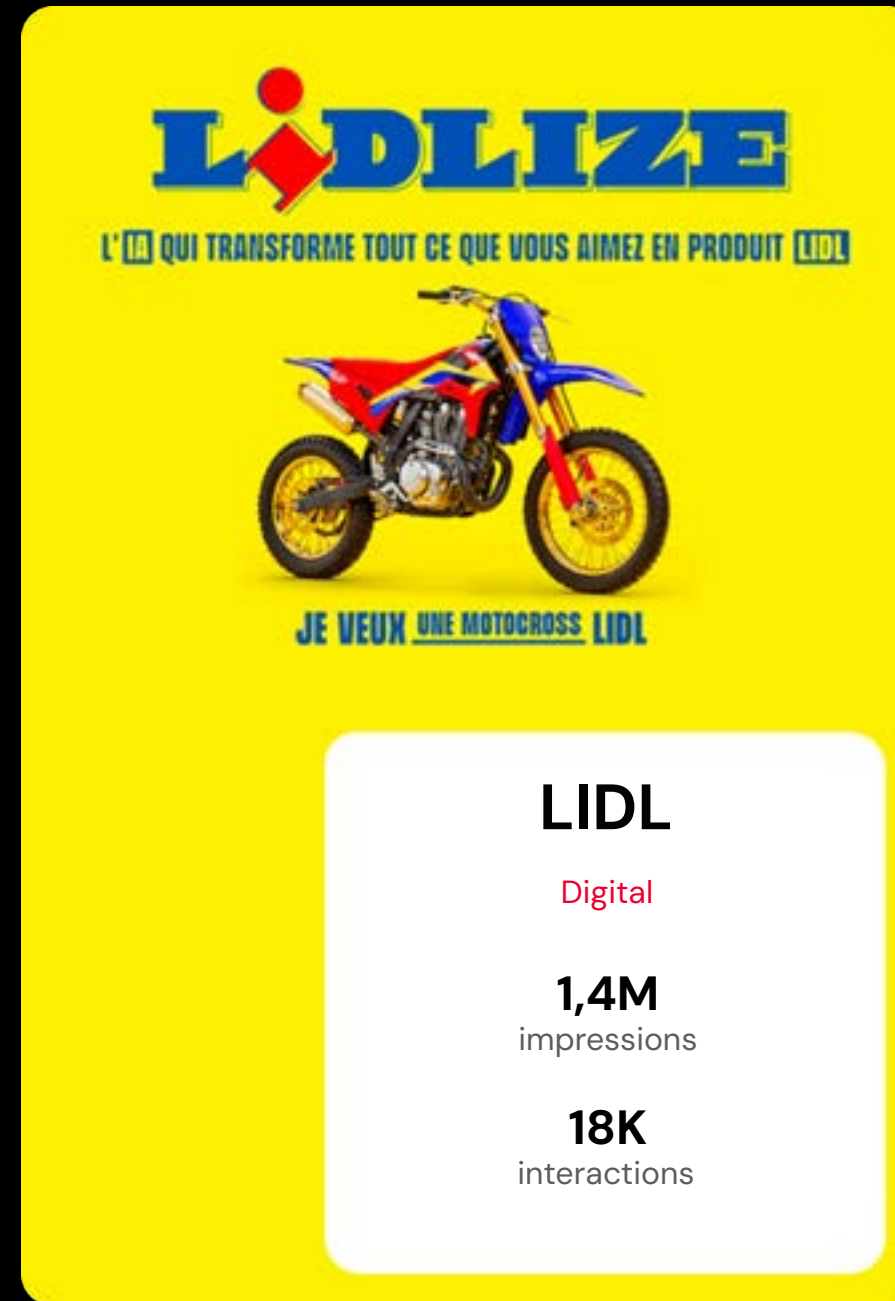
Ils ont boosté leur campagne sur **Creapills Média**

A large sandwich truck with a giant sandwich on top, parked on a city street.

Subway
FOOH
2,6M
impressions
1,9M
vues

A large blue football jersey with the French national team crest, laid out on a street.

INTERSPORT
FOOH
2,2M
impressions
1,3M
vues

A yellow background with the LIDLIZE logo and a motorcycle.

LIDLIZE
L'ID QUI TRANSFORME TOUT CE QUE VOUS AIMEZ EN PRODUIT LIDL
JE VEUX UNE MOTOCROSS LIDL

LIDL
Digital
1,4M
impressions
18K
interactions

A street scene at night with a large archway made of many balloons and a sign that says 'RUE DES BULLES'.

N. Feuillatte
Street marketing
2,6M
impressions
1,9M
vues

Lidl

Digital

Lidl et The Bon Collectif ont sollicité **Creapills Media** pour promouvoir Lidlize, un générateur basé sur l'IA permettant aux internautes d'imaginer et de voter pour le prochain produit iconique aux couleurs de la marque, mêlant co-création, technologie et culture pop.

[Facebook](#) / [Instagram](#)



1,4M

impressions

18K

interactions



INTERSPORT

FOOH

À l’occasion de l’Euro 2024, **INTERSPORT** a collaboré avec **Creapills Media** pour amplifier un Fake OOH spectaculaire, mettant en scène un immense maillot des Bleus au cœur de Paris.

[Article](#) / [Facebook](#) / [LinkedIn](#) / [Instagram](#) / [X](#)



2,2M

impressions

1,3M

vues

Nicolas Feuillatte

Street marketing

Pour les fêtes de fin d'année, **Nicolas Feuillatte** a collaboré avec **Creapills Media**, en charge également de la production audiovisuelle, pour transformer une rue de Paris en « rue des Bulles » grâce à 12 000 ballons biodégradables, offrant une expérience de Noël spectaculaire.

[Article](#) / [Facebook](#) / [Instagram](#) / [LinkedIn](#)



2,6M

impressions

1,9M

vues

French bee

FOOH

Pour célébrer l'arrivée de la ligne 14 à Orly, **French bee** et l'agence **HOMERUN** ont collaboré avec **Creapills Media** pour promouvoir des vidéos FOOH décalées, transformant le métro parisien en porte d'embarquement vers Miami et New York.

[Facebook](#) / [Instagram](#) / [LinkedIn](#) / [X](#)



Les Everglades
n'auront jamais
été aussi proches.

Tous les États-Unis
sont au bout
de la ligne 14 !

Frenchbee
A NEW WAY OF FLYING

4,3M
impressions

2,2M
vues

NGE

Digital

Le groupe **NGE** a collaboré avec **Creapills Media** pour relayer sur notre page LinkedIn, auprès d'une audience B2B, un clip musical détournant les codes du rap afin de rendre les règles de sécurité sur les chantiers plus percutantes et mémorables.

[LinkedIn](#)



600K

impressions

240K

interactions

RÈGLE VITALE N°3

**JE TRAVAILLE DANS
DES FOUILLES
ET TRANCHÉES
BLINDÉES OU TALUTÉES**

**BLINDE-TOI ET ÉCOUTE
"BLINDÉ COMME JAMAIS"**

NGE

CNP Assurances

Street marketing

À l’occasion d’Octobre Rose, **CNP Assurances** et l’agence **The Good Company** ont collaboré avec **Creapills Media** pour médiatiser la campagne « Pas à vendre », afin de sensibiliser aux freins rencontrés par les femmes ayant surmonté un cancer du sein dans l’accès à la propriété.

[Facebook](#) / [Instagram](#) / [LinkedIn](#)



1,8M

impressions

25K

interactions

Subway

FOOH

Pour le lancement des SUBMELTS®, **Subway** et **EssenceMediacom** ont fait appel à **Creapills Media** pour amplifier une activation Fake OOH transformant un bus parisien en sandwich géant au fromage fondant afin d'incarner visuellement le plaisir du chaud et du cheesy.

[Article](#) / [Facebook](#) / [Instagram](#) / [LinkedIn](#) / [X](#)



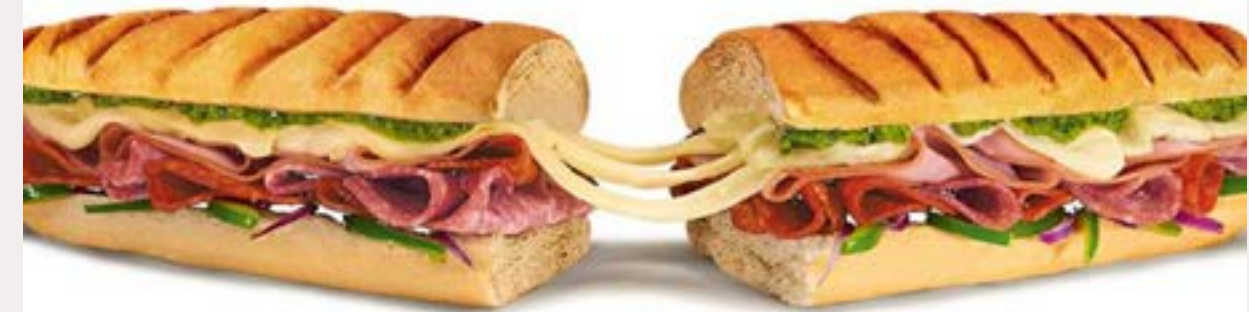
2,6M

impressions

1,9M

vues

SUBMELTS

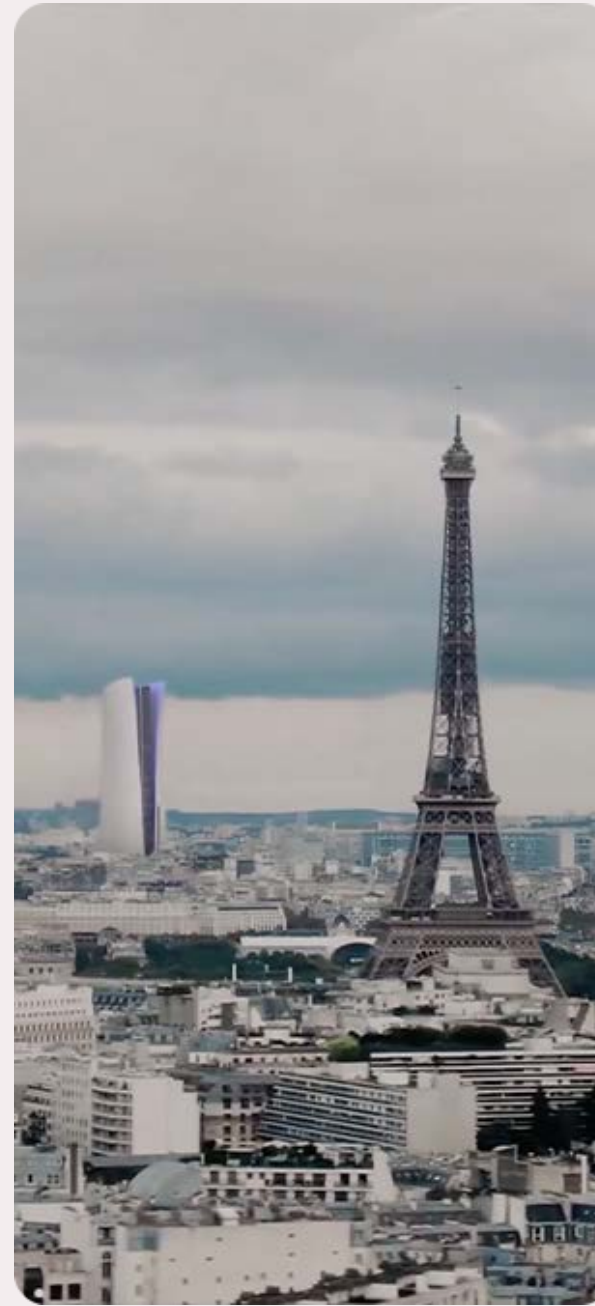


PlayStation

FOOH

Dans le cadre de sa campagne de fin d'année, **PlayStation** et **Studio M** ont collaboré avec **Creapills Media** pour amplifier un Fake OOH spectaculaire, détournant la Tour Montparnasse et remplaçant le monument parisien par sa console iconique.

[Article](#) / [Facebook](#) / [Instagram](#) / [LinkedIn](#) / [X](#)



1,3M

impressions

670K

vues





AGENCE

Une agence 360° pour vous accompagner

||| CREAPILLS



Une agence 360° pour vous accompagner

Avec son expertise créative et média, Creapills est aussi une agence globale. Portée par **15 talents passionnés**, elle accompagne les marques de la **stratégie** à l'**activation**, en imaginant, produisant et amplifiant des campagnes créatives en **social media**, **activation**, **360°** et **mass média**.

Stratégie

Campagne 360

Accompagnement

Activation

Mass media

Social media



Maxime Delmas
Président Fondateur



Justine Mellado
Directrice générale



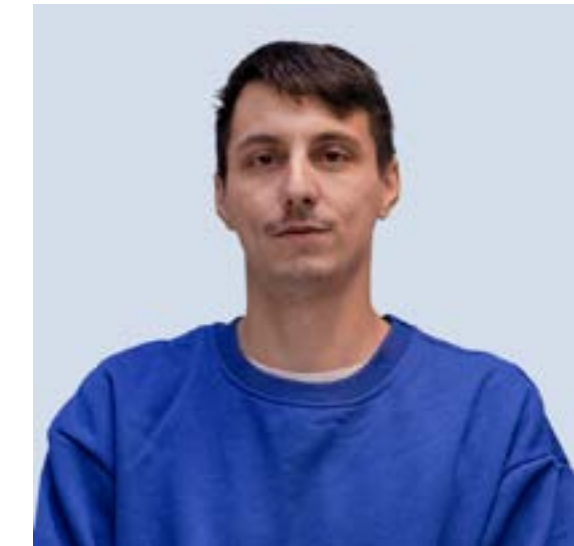
Morgan Faivre
Directeur des stratégies



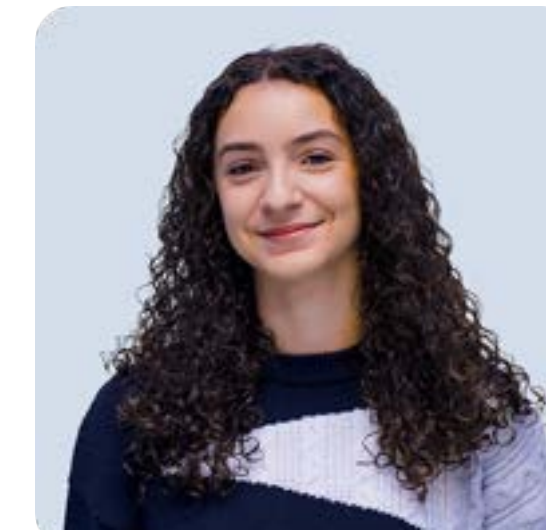
Delio Verna-Levieux
Directeur de création



Timothée Dumas
Directeur de création

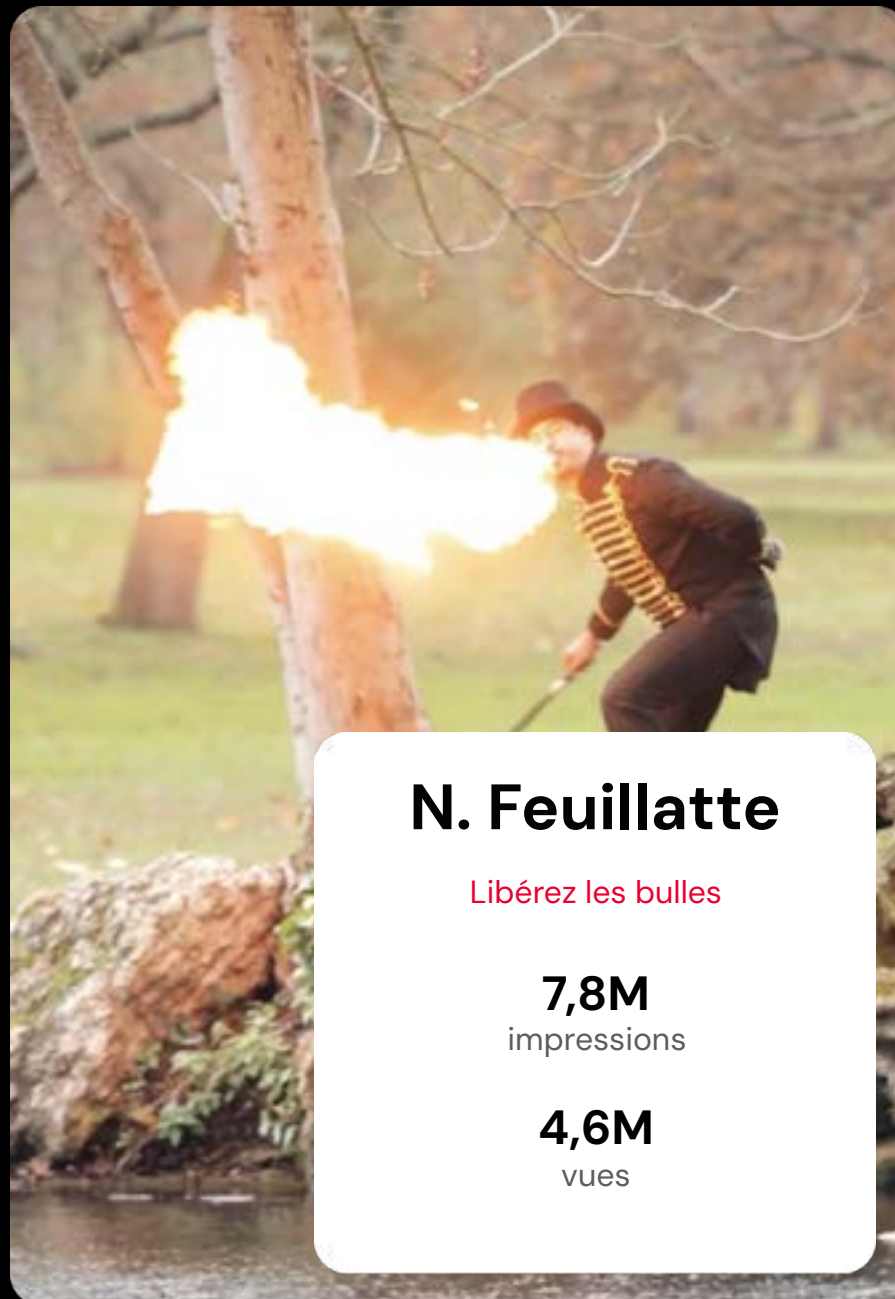


Arthur Millet
Directeur artistique



Activation virale

Un one shot et des millions de vues

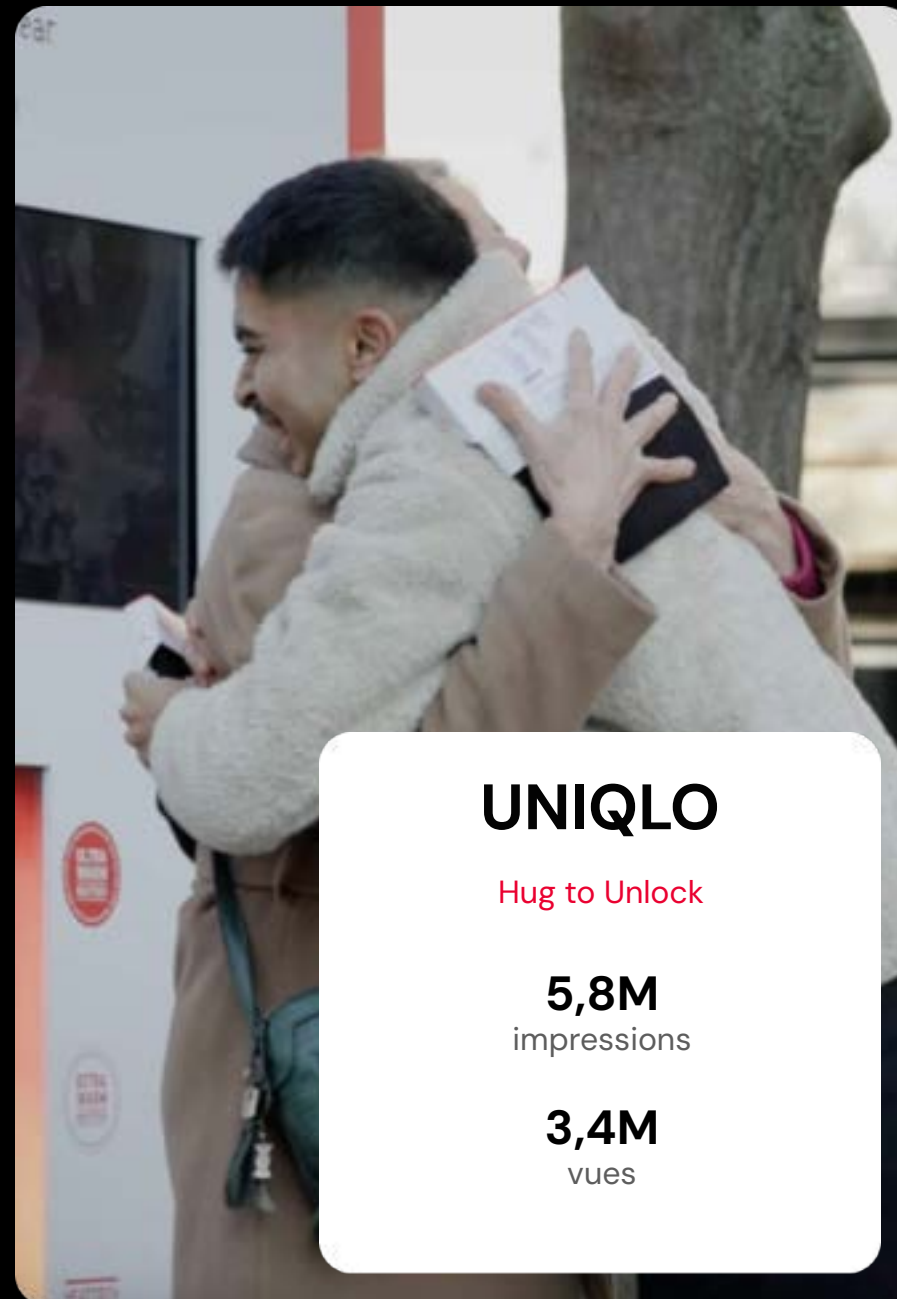


N. Feuillatte

Libérez les bulles

7,8M
impressions

4,6M
vues

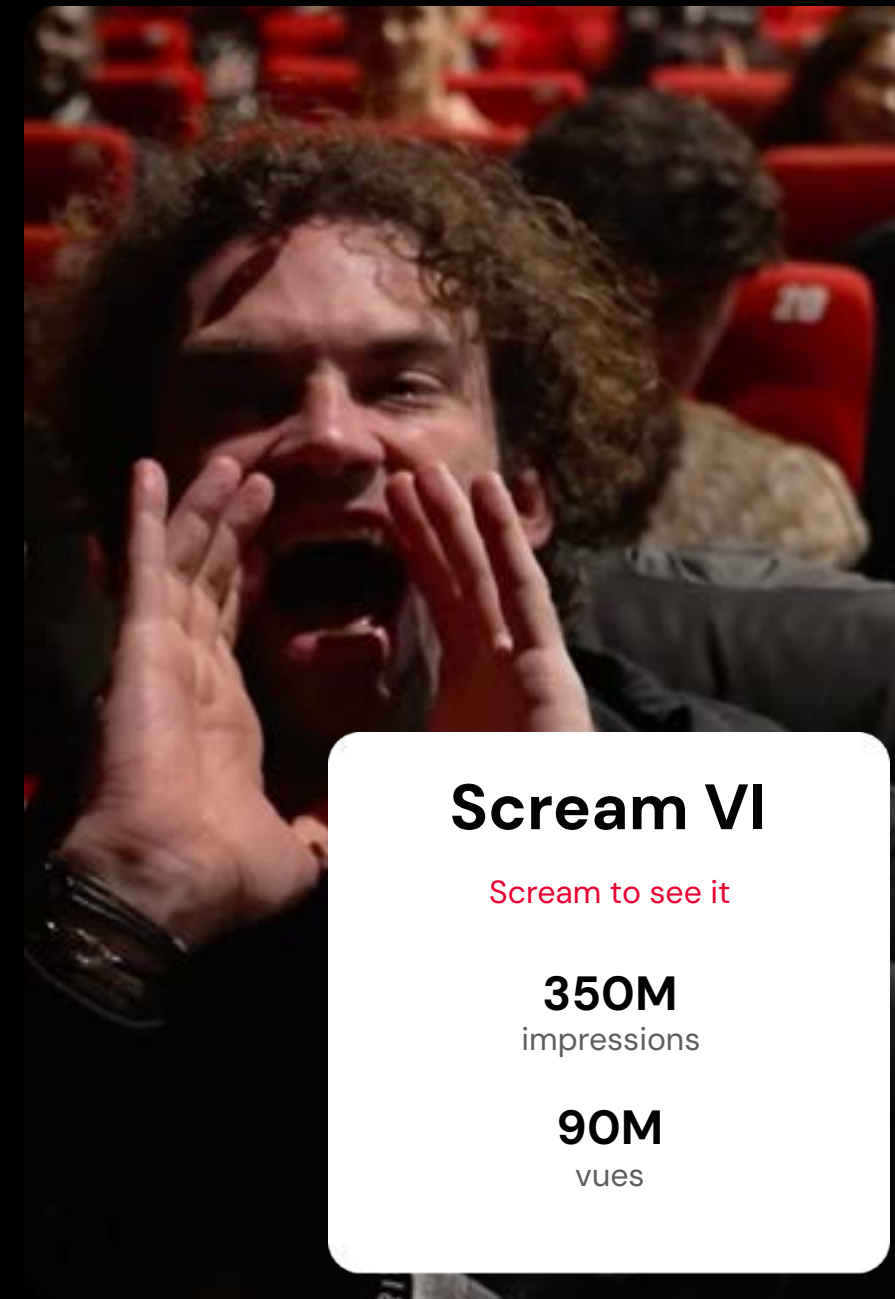


UNIQLO

Hug to Unlock

5,8M
impressions

3,4M
vues

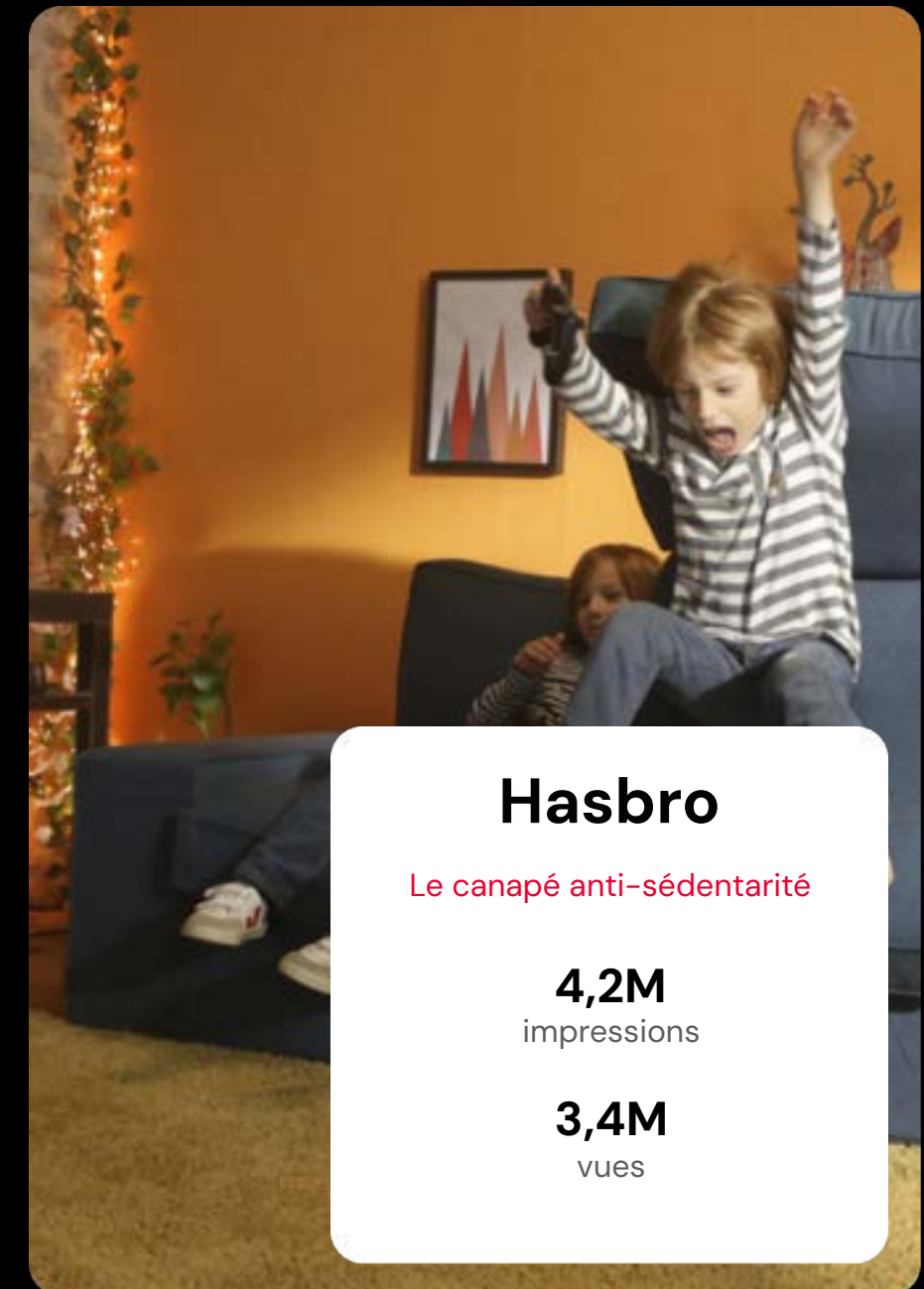


Scream VI

Scream to see it

350M
impressions

90M
vues



Hasbro

Le canapé anti-sédentarité

4,2M
impressions

3,4M
vues

UNIQLO « Hug to Unlock »

BtoC

Activation

Pour promouvoir HEATTECH, **Creapills** a conçu pour **UNIQLO** la campagne **Hug to Unlock** : un distributeur interactif déclenché par des câlins. Une activation humaine et poétique où la durée de l'étreinte déterminait la chaleur du vêtement offert.

[Découvrez la campagne](#)

5,8M

impressions

3,4M

vues



Factorial « La machine à cloner »

BtoB

Activation

Et si vous pouviez avoir un clone ? **Creapills** a imaginé pour **Factorial** une **machine à cloner** installée dans les rues de Paris. Une caméra cachée spectaculaire pour révéler l'agent IA de la plateforme, capable de multiplier le potentiel des équipes RH sans jamais avoir à se dédoubler.

[Découvrez la campagne](#)



2,7M

impressions

1,9M

vues



Paramount « Scream to see it »

BtoC

Activation

Pour **Scream VI**, **Creapills** a imaginé pour **Paramount** une avant-première immersive transformant le cri, symbole de la saga, en déclencheur du film avec **Scream to see it**. Un dispositif interactif qui fait des spectateurs les acteurs de l'expérience, dès la salle.

[Découvrez la campagne](#)



350M

impressions

90M

vues



Nerf « Le canapé anti-sédentarité »

BtoC

Activation

Pour sensibiliser à la sédentarité, **Creapills** a imaginé pour **Nerf** (groupe Hasbro) un canapé anti-sédentarité capable d'éjecter les enfants restés assis trop longtemps. Une idée décalée et pédagogique pour faire passer un message de santé avec humour.

[Découvrez la campagne](#)



4,2M

impressions

3,4M

vues

Nicolas Feuillatte « Libérez les bulles »

BtoC

Activation

Pour **Nicolas Feuillatte**, **Creapills** a imaginé un banc piégé transformant un moment de pause en véritable explosion festive. Une activation surprise dans l'espace public pour incarner la convivialité et libérer les bulles là où on ne les attend pas.

[Découvrez la campagne](#)



7,8M

impressions

4,6M

vues



SCC France « Run for Coffee »

BtoB

Activation

Pour célébrer les JO de Paris 2024, **Creapills** a conçu pour **SCC France** la campagne Run for Coffee : une machine à café intégrée à un tapis de course. Une activation ludique qui transforme la pause-café en défi sportif et fédérateur.

[Découvrez la campagne](#)



3,4M

impressions

1,1M

vues



Waffle Factory « Le lit gaufre »

BtoC

Activation

Pour la Journée mondiale de la gaufre, **Creapills** a imaginé pour **Waffle Factory** une activation absurde et gourmande : un lit gaufre géant inspiré de la Banana Split. Une création spectaculaire pour transformer un temps fort en objet viral.

[Découvrez la campagne](#)

2,5M

impressions

1,2M

vues



Seazon « Les stations gourmandes »

BtoC

Activation

Pour faire connaître son service de plats cuisinés, **Creapills** a imaginé pour **Seazon** une campagne de street marketing détournant les noms des stations de métro parisiennes. Des accroches gourmandes et malicieuses pour ouvrir l'appétit, sans budget média.

[Découvrez la campagne](#)



1,6M
impressions

15K
interactions

Mass Media

Des campagnes globales et créatives

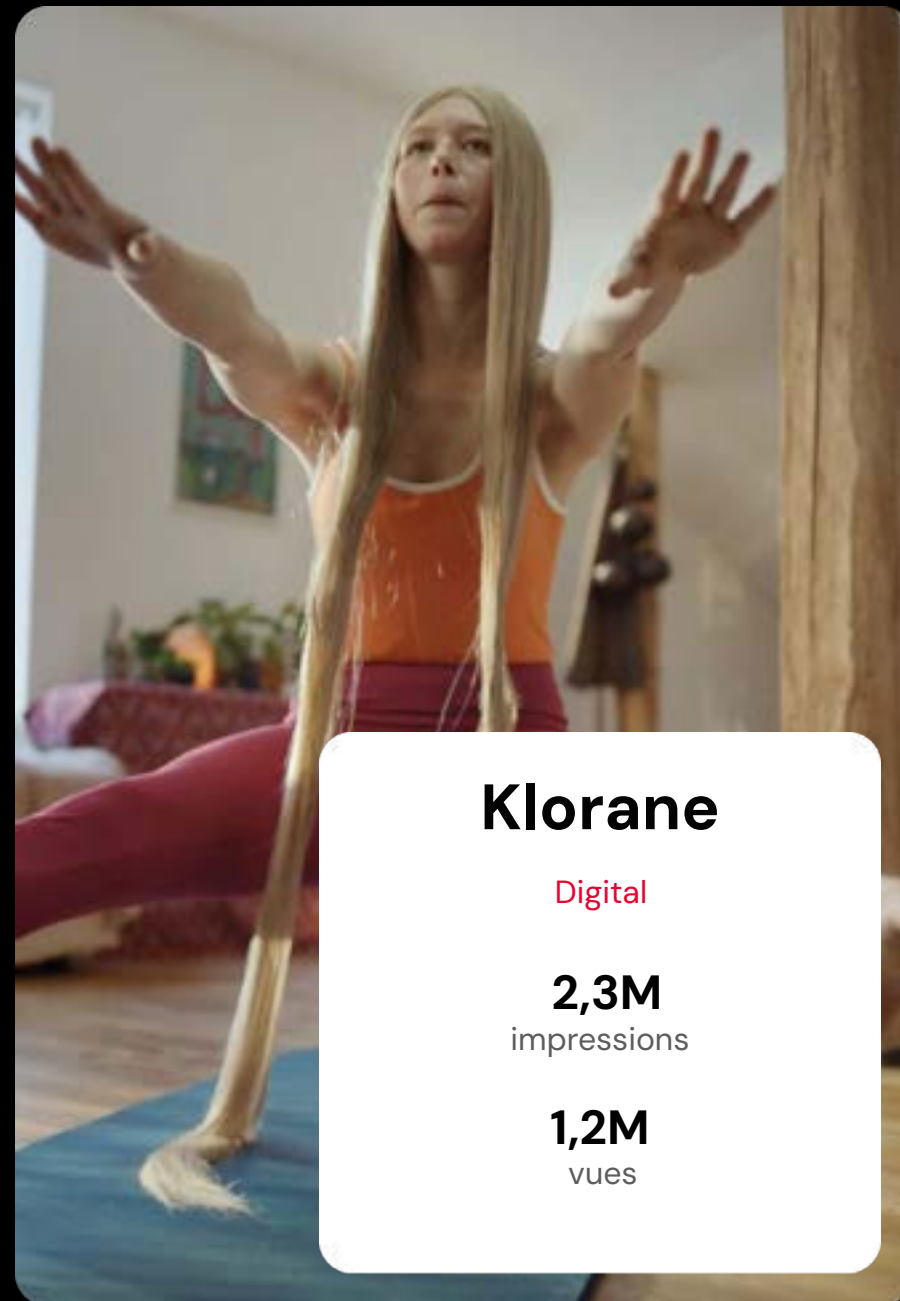


Neoness

Affichage

1780
faces métro/bus

14M
audience



Klorane

Digital

2,3M
impressions

1,2M
vues



Factorial

Affichage

90
faces métro

3M
audience



Cybermalveillance

TV + digital

150
diffusions TV

15M
audience

Cybermalveillance « Les Cybersolutions »

BtoC

TV

Pour sensibiliser aux cyberattaques, **Creapills** a conçu pour **Cybermalveillance.gouv.fr** une campagne nationale fondée sur une fausse bonne idée : boycotter Internet. Un dispositif humoristique pour révéler les vrais réflexes face aux menaces numériques.

[Découvrez la campagne](#)

150

diffusions TV

15M

audience



Neoness « La rentrée motivante »

BtoC

Affichage

Pour la rentrée, **Creapills** a conçu pour **Neoness** une campagne d'affichage détournant avec humour les codes du métro parisien. Des punchlines décomplexées pour encourager la reprise du sport sans pression, au cœur du quotidien des voyageurs.

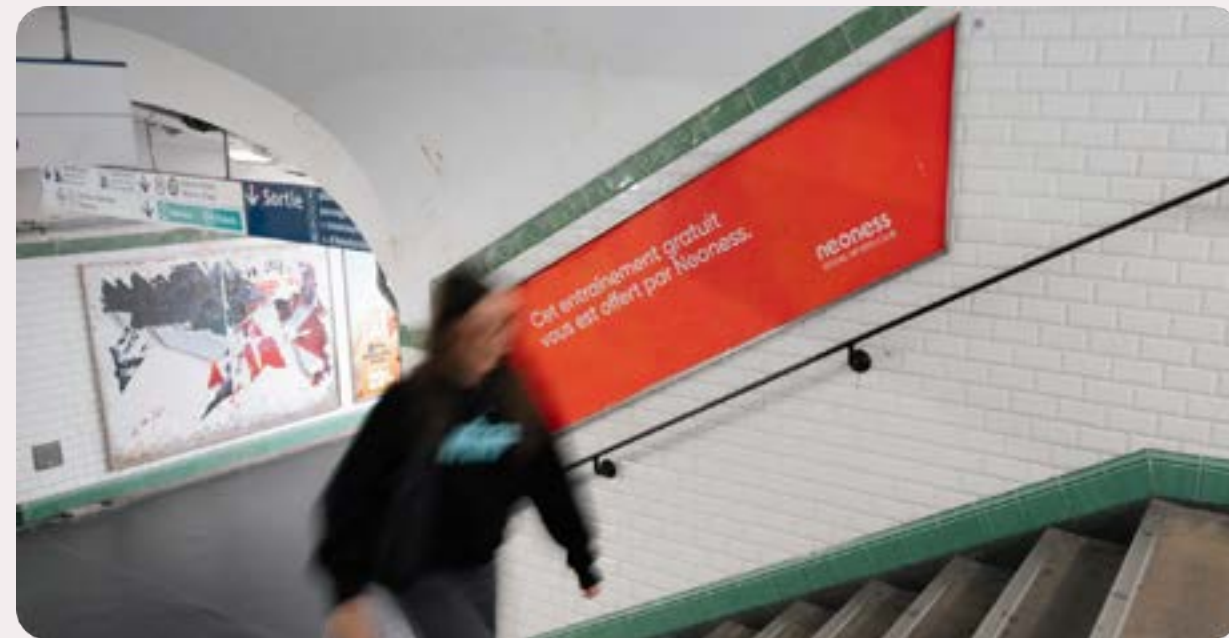
[Découvrez la campagne](#)

14M

audience

1780

faces



Fondation de la Mer « Les Enjeux Olympiques »

Affichage

Pour les JO de Paris 2024, **Creapills** a conçu pour la **Fondation de la Mer** une campagne détournant les codes olympiques pour alerter sur l'urgence climatique. Une campagne percutante soutenue par **JCDecaux** pour transformer l'énergie du sport en appel à l'action.

[Découvrez la campagne](#)

FONDATION DE LA MER
SAUVER L'AVENIR, ÇA COMMENCE PAR SAUVER LA MER.

Parfois,
avoir
la médaille
d'or c'est
la honte.

Chaque année, 90 millions de tonnes de poissons, mollusques et crustacés sont pêchés. Aujourd'hui, 34% des stocks de poissons sont surexploités. Evitons de gagner la médaille d'or de la surpêche. Il est temps d'agir.

Rendez-vous sur fondationdelamer.org

On est
les champions
on est
les champions.
Et ça craint.

FONDATION DE LA MER
SAUVER L'AVENIR, ÇA COMMENCE PAR SAUVER LA MER.

Cette année encore, les Européens sont les champions. Malheureusement, c'est dans le réchauffement de la mer Méditerranée et de La Manche que nous excellons. Ces deux mers se réchauffent encore plus rapidement que toutes les mers du monde. Il est temps d'agir.

Rendez-vous sur fondationdelamer.org



1 cm pour
un record
c'est peu,
pour l'océan
c'est trop.

FONDATION DE LA MER
SAUVER L'AVENIR, ÇA COMMENCE PAR SAUVER LA MER.

FONDATION DE LA MER
SAUVER L'AVENIR, ÇA COMMENCE PAR SAUVER LA MER.

Un saut
en longueur
et trois pas
en arrière.

1,8M

impressions

1500

faces

Klorane « Musclez vos cheveux »

BtoC

Digital

Pour promouvoir sa gamme antichute, **Creapills** a imaginé pour **Klorane** une campagne décalée autour de la “musculature capillaire”. Deux films humoristiques qui détournent les codes du fitness pour valoriser l’efficacité de soins naturels et prouvés.

[Découvrez la campagne](#)



2,3M

impressions

1,2M

vues



Ecominéro « Les Vœux de Gravats »

BtoB

Digital + RP

Pour dénoncer les dépôts sauvages, **Creapills** a imaginé pour **Ecominéro** une campagne print et un film en stop motion où des gravats écrivent au Père Noël. Une campagne poétique et pédagogique prolongée par un kit RP original, avec un parpaing d'épices.

[Découvrez la campagne](#)



*Cher Père Noël,
je m'appelle Pierre (ça ne s'invente pas)
et je suis un parpaing de 20 kg.*



*Cette année, mon cadeau serait d'être recyclé
afin de commencer une nouvelle vie.
Vois-tu, j'en ai un peu marre d'être un déchet inerte
et de traîner au bord d'une nationale.
Alors si après ta tournée tu pouvais passer me déposer
dans un des centres de recyclage du réseau Ecominéro,
je t'en serais grandement reconnaissant.*

Je pourrais enfin avoir une nouvelle vie.

À très bientôt !

*Pour vous, pour la planète, pour les générations futures,
recycler ses déchets minéraux est un cadeau.*

écominéro
Vos gravats ont
de la ressource



2,3M

impressions

19K

interactions

LaVie « Le FDP (Fan de Plastique) »

BtoC

Digital

Pour dénoncer la surconsommation de plastique, **Creapills** a conçu pour **LaVie** une campagne provocatrice incarnée par Patrick, “Fan De Plastique”. Un anti-héros absurde pour valoriser une innovation écologique concrète, sans faire la morale.

[Découvrez la campagne](#)

2,8M

impressions

Or

Prix Nymphéas

Catégorie “Ressources
et Économie Circulaire”

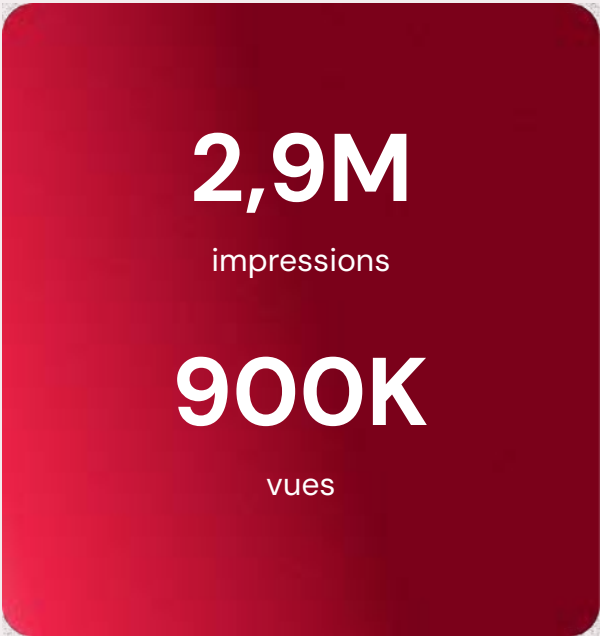


Cybermalveillance « Les Cyberfables »

BtoB Digital

Pour sensibiliser les collectivités aux cybermenaces, **Creapills** a conçu pour **Cybermalveillance.gouv.fr** une campagne détournant les fables de La Fontaine. Des films rimés et pédagogiques pour déconstruire les idées reçues avec humour et culture.

[Découvrez la campagne](#)



CAPEB « L'art de ne pas se tromper »

BtoB

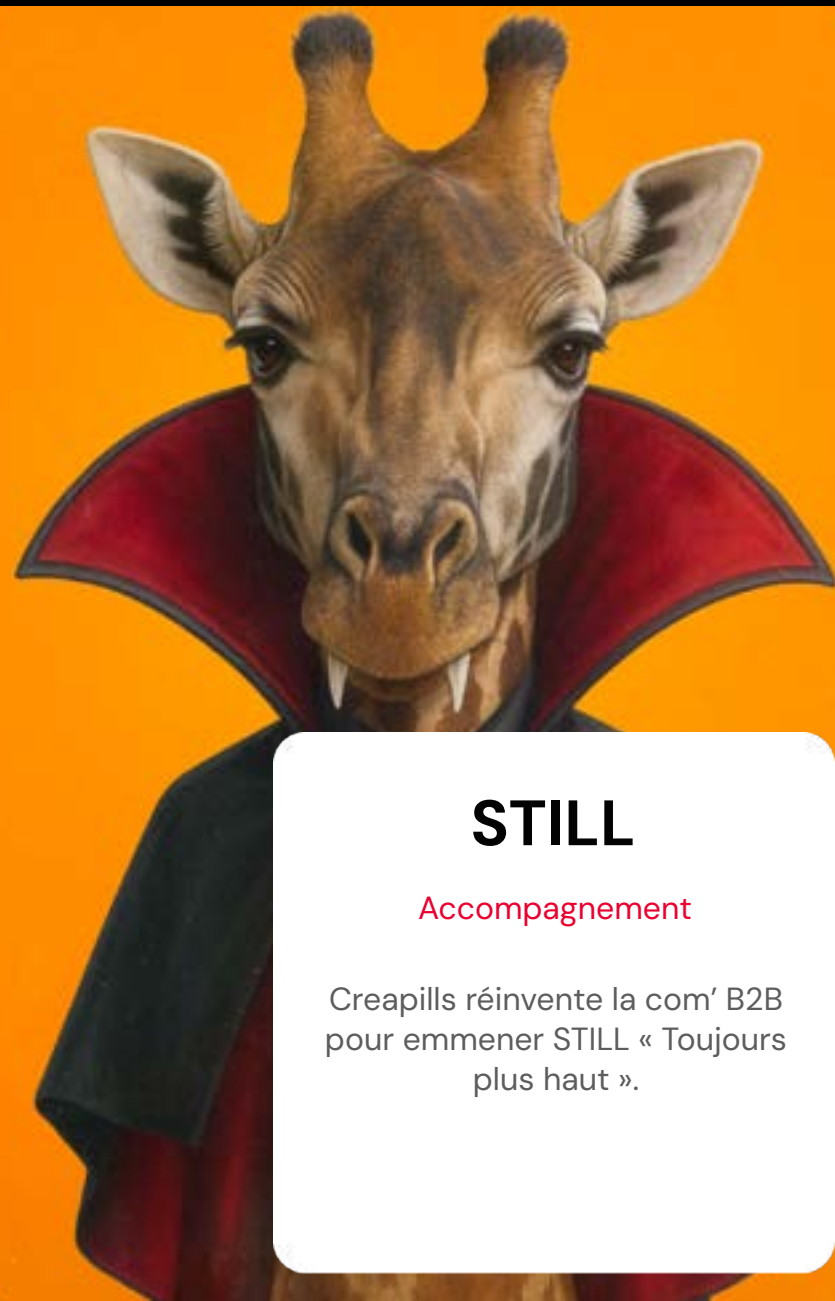
Salon

Pour lancer **Artisans du Bâtiment by CAPEB**, Creapills a conçu une campagne nationale autour de la signature « L'art de ne pas se tromper ». Une prise de parole ludique et immersive pour valoriser les artisans labellisés et guider le bon choix, y compris lors de l'événement Batimat.

[Découvrez la campagne](#)



Accompagnement 360° Avec eux sur le long terme



STILL

Accompagnement

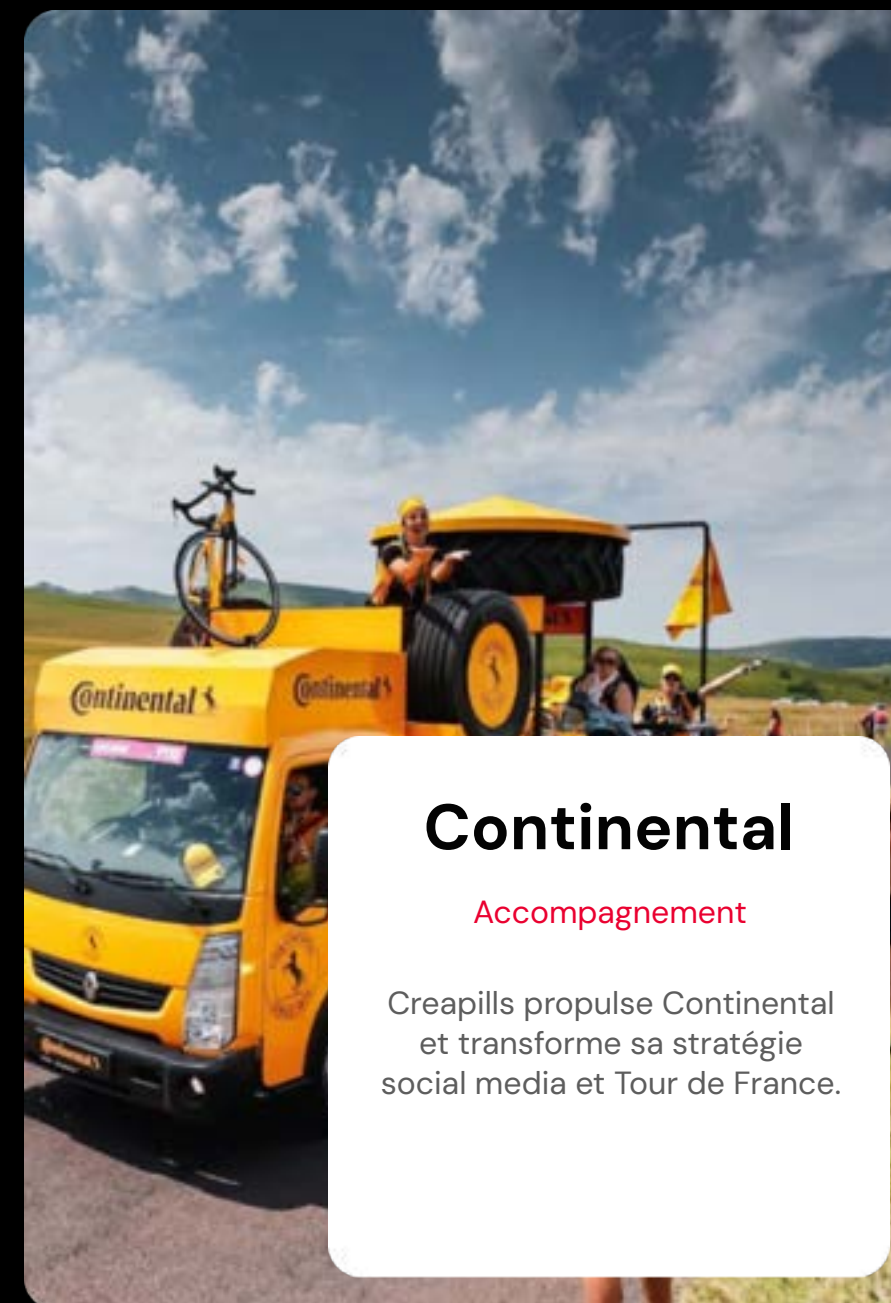
Creapills réinvente la com' B2B pour emmener STILL « Toujours plus haut ».



Factorial

Accompagnement

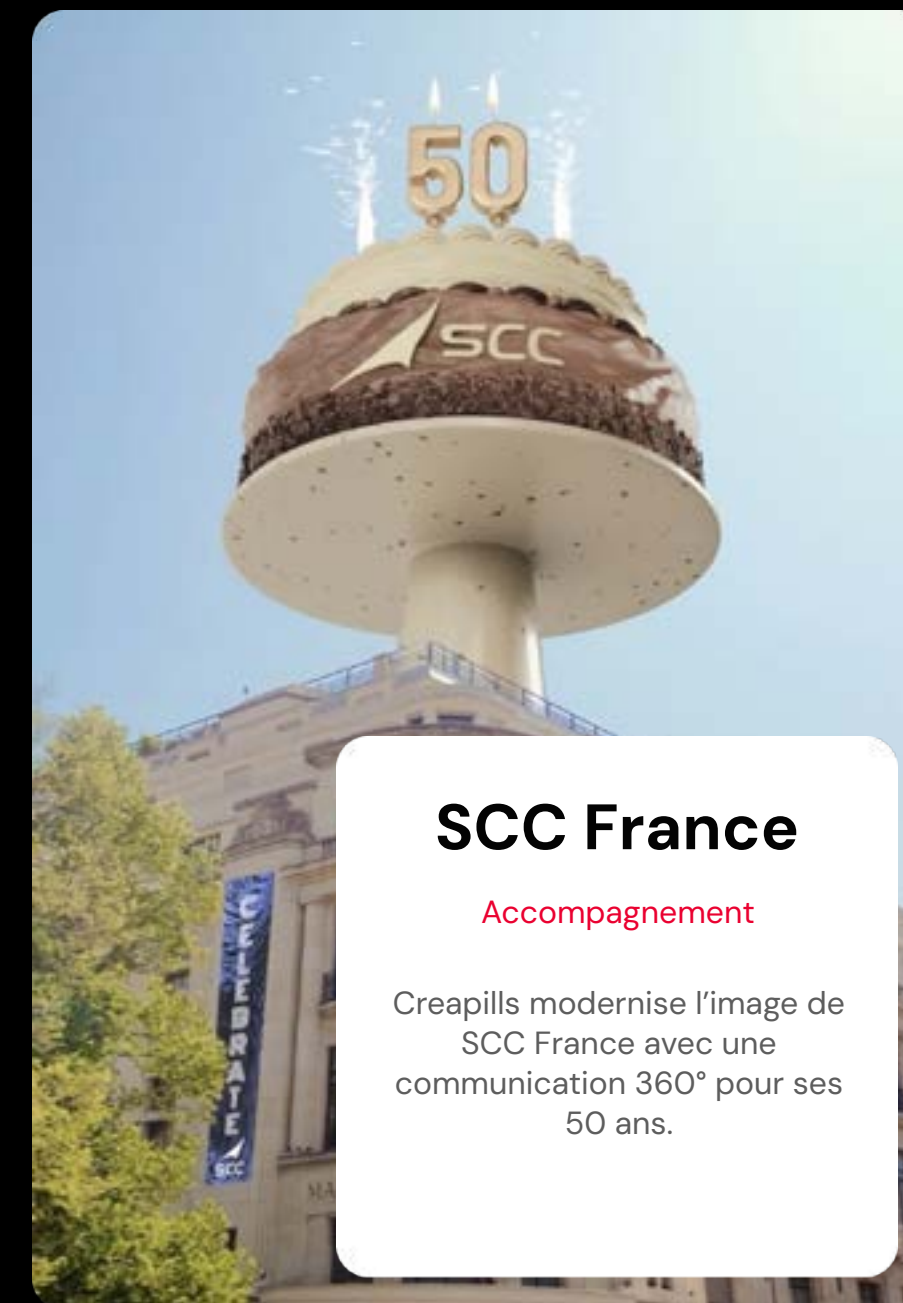
Creapills signe une campagne 360 pour Factorial au salon HR Technologies.



Continental

Accompagnement

Creapills propulse Continental et transforme sa stratégie social media et Tour de France.



SCC France

Accompagnement

Creapills modernise l'image de SCC France avec une communication 360° pour ses 50 ans.

STILL « Toujours plus haut »

BtoB Accompagnement

Pour moderniser sa communication, **Creapills** accompagne **STILL** dans une stratégie globale incarnée par la signature « Toujours plus haut ».

Un territoire créatif mêlant humour, activations virales et engagement pour faire passer une marque industrielle du B2B au grand public.

[Collaboration](#) / [Campagne "Vue de haut"](#) / [Conte de Noël](#) / [Secret de chariot](#)



SCC France « IT Makes Sense »

BtoB

Accompagnement

Pour ses 50 ans, **Creapills** a accompagné **SCC France** avec une communication 360° mêlant nouvelle signature, identité anniversaire, campagnes de notoriété, événements immersifs et objets éditoriaux, pour moderniser l'image d'un leader IT.

[Accompagnement](#) / [Run for Coffee](#) / [Affichage](#) / [Vinyle 50 ans](#) / [Convention annuelle](#)



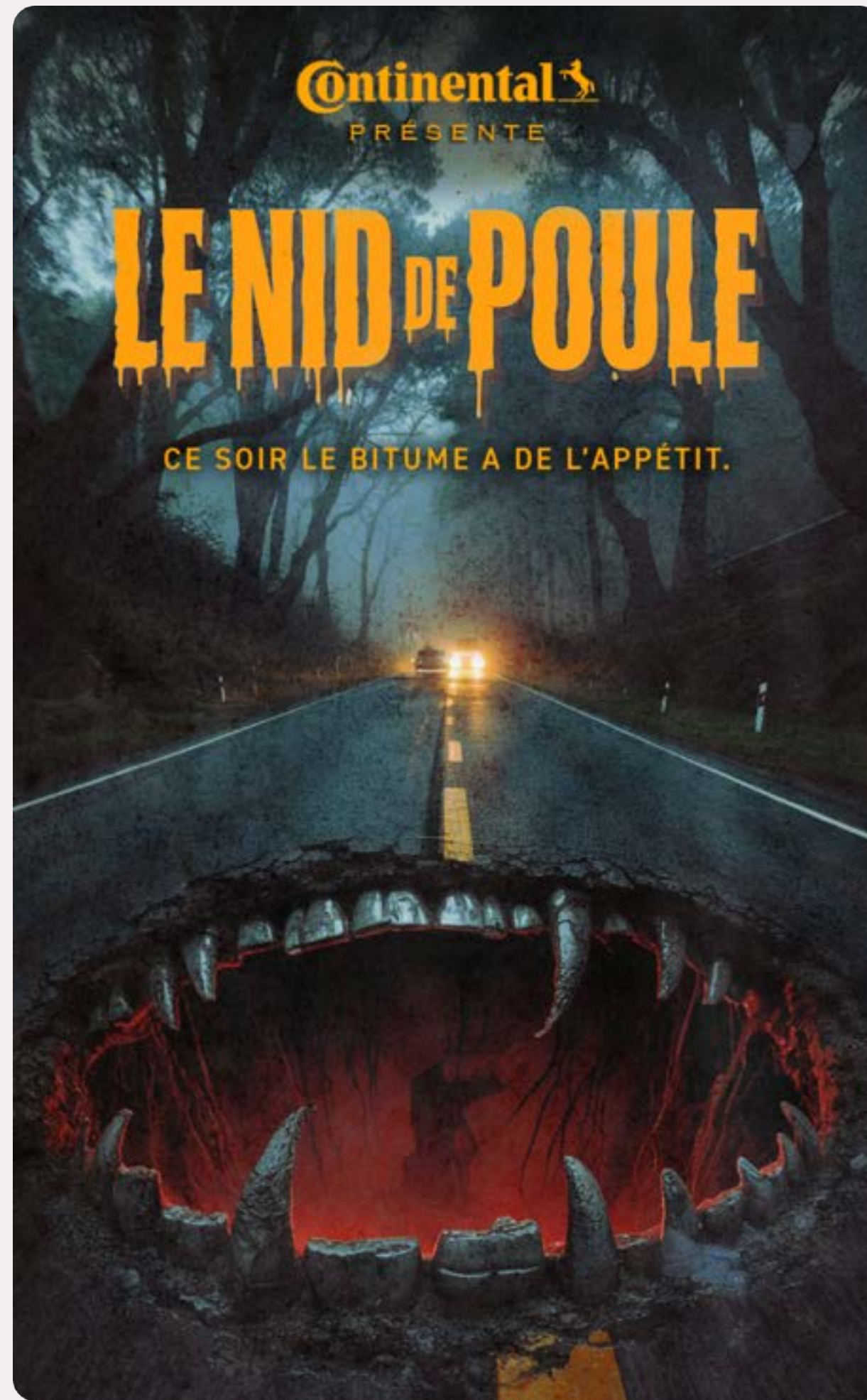
Continental « L'avenir tient la route »

BtoC

Accompagnement

Pour moderniser sa présence digitale, **Creapills** accompagne **Continental France** dans la refonte de sa stratégie social media. Une approche mêlant pédagogie, humour et activations événementielles pour rendre la marque plus humaine, engageante et visible.

[Accompagnement](#) / [Pull de Noël](#) / [Social Média Tour de France](#) / [Médaille Continental](#)



Factorial « Les RH prennent de l'avance »

BtoB

Accompagnement

Pour le salon HR Technologies, **Creapills** a accompagné **Factorial** avec une campagne 360 ambitieuse : affichage massif dans le métro (40 créations différentes) et sur le périphérique, coffee shop RH éphémère à Paris et goodies dédiés comme un jeu de cartes RH.

[Salon HR Technologies](#) / [Périphérique](#) / [Café GoodNews](#) / [Jeu de cartes](#)





Découvrez plus de projets sur
creapills.com



Boostez votre créativité et votre visibilité



Maxime Delmas

Président Fondateur

✉ mdelmas@creapills.com

☎ +33 6 74 47 39 67



Justine Mellado

Directrice générale

✉ jmellado@creapills.com

☎ +33 6 67 90 87 67

On prend un café ?
6-8 rue de Charonne 75011 Paris

CREAPIILLS

