

## REPLAY

**L'actu vue par...** Nicolas Vanbremeersch (Spintank/Renaissance numérique)

P.4

## ÉVÉNEMENT

**TOP 100 ANNONCEURS: LIDL PERSISTE ET SIGNE**

P.8

## BUSINESS

**CABAÏA, L'AFFAIRE EST DANS LE SAC**

P.14

**Publicité.** Tinder à la conquête du monde

P.16

**Vie des budgets.** Rosbeef! United rhabille Kappa

P.17

**Design.** Médiane à la lumière de Crépuscule

P.18

**RSE.** La pub extérieure réagit à sa mauvaise presse

P.19

**Diversification.** Eh bien, lisez-le maintenant...

P.20

**Télévision.** Zone interdite, diffusion dans la durée

P.21

**Digital.** Mediapart, 15 ans et toujours à part

P.22

**Data.** Criteo vs Chil : pour l'exemple

P.23

**Salon.** Vu au One to One Monaco : les enjeux du retail

P.24

## DOSSIER

**PRESSE MAGAZINE**

P.26

## INSPIRATIONS

**LES GAULOIS CHEZ ASTÉRIX**

P.32

**Talent à suivre.** Priscillia Routier Trillard, la sororité près de chez vous

P.34

## MANAGEMENT

**L'INFLATION SECRÈTE DES SECONDS JOBS**

P.36

## PORTRAIT

**Gildas Leprince.** Mister reporter

P.38

## OPINIONS

**Communication corporate.** Les entreprises ne doivent pas se limiter à un exercice d'autosatisfaction, par Vincent Lamkin

P.40

**Storytelling.** N'arrête pas ton cinéma!, par Denis Gancel

P.42

**Le billet de...** Delphine Le Goff

P.44



**STRATÉGIES EST IMPRIMÉ CHEZ UN IMPRIMEUR LABELLISÉ PRINT ETHIC**



© Thomas Goemy pour Stratégies

# Les caddies, stars de la pub en 2022

Après s'être taillé une place de choix dans le cœur des Français durant la crise du Covid-19, la distribution continue sur sa lancée en 2022, en termes d'investissements publicitaires bruts. Les grandes enseignes trustent le top 10 du classement de Kantar: Lidl, E.Leclerc Magasins, Intermarché, Carrefour Hypermarchés et Amazon ont crevé l'écran l'année dernière. Laissant peu de place aux autres secteurs. Il fut un temps où le top 10 était la chasse gardée des groupes automobiles. Depuis une décennie, ils sont en recul régulier. D'autres secteurs d'activité sont en embuscade, à l'instar de la restauration rapide avec McDonald's en 8<sup>e</sup> position (+18,8%) et Burger King, en plein développement dans l'Hexagone, qui intègre la 27<sup>e</sup> position avec des investissements publicitaires bruts en hausse de 99% (plus forte progression du Top 100). Même mouvement chez KFC qui grimpe à la 52<sup>e</sup> place avec un investissement brut en hausse de 12,6%. En revanche, du côté des géants la tech, 2022 ne fut pas un grand cru: Amazon (-15,7%), Apple (-24,2%), Google (-5%). Vu les vagues de licenciements qui se succèdent depuis quelques mois dans le secteur, 2023 devrait être à l'avenant pour la tech.

**Gilles Wybo, directeur de la rédaction**



14



18



32



38

© COUVERTURE: ROSS CUTHBERT/COLAGENE PARIS POUR STRATÉGIES