

## REPLAY

L'actu vue par... Frédéric Simottel (BFM Business)

## ÉVÉNEMENT

### CANNES LIONS, UN CLIMAT CONTRASTÉ

**Classement.** Trois Grands Prix pour la France  
**Entretien.** Marco Venturelli (Publicis): « Un bilan exceptionnel pour la France »  
**Entretien.** Stéphane Gaubert et Séverine Autret (Havas Paris): « Cela récompense le projet de transformation de l'agence »

## TRANSITION

### CAHIER SPÉCIAL

## BUSINESS

### ÉRIC ÉTIENNE (E.LECLERC): « LE TOUR DE FRANCE ET E.LECLERC FONT PARTIE DU PATRIMOINE »

**Vie des budgets.** Le SIG signe avec Eulerian  
**Communication.** Acracy, le pouvoir aux freelances  
**Communication.** Grinta, l'étoile montante  
**Presse.** Le JDD et Match aux mains de Bolloré  
**Plateformes.** Netflix, le code marketing a changé  
**Presse.** Isis-Colombe Combréas (Milk): « Prisma développe son pôle luxe »  
**Digital.** Satisfaction accélère grâce à la Fast TV  
**Marketing digital.** Emmanuel Brunet et Alban Peltier: « Le CPA va sortir de la logique de charte pour passer à la labellisation »

## DOSSIER

### PARIS 2024

## INSPIRATIONS

### STÉPHANIE MULTON (SYGMA): « LES ARCHIVES ONT LE POUVOIR D'INFLUENCER LE MONDE »

**Making of.** Oasis et Jul, le cocktail gagnant  
**Talent à suivre.** Cordelia Flourens, impactante

## MANAGEMENT

### LES RH FACE À L'ENJEU DES RÉSERVISTES

**Recrutement.** Florence Dartiguepeyrou: « SNCF Réseau allie environnement et recherche de sens »

## PORTRAIT

**Céline Pigalle.** L'appel de l'onde

## OPINIONS

**Communication.** Vos salariés, les meilleurs ambassadeurs de votre marque, par Lauren Weber-Staricky

**Transition écologique.** Agences de communication, accélérons sur les contrats climat, par Bertille Toledano, David Leclabart et Thomas Jamet

**Le billet de...** Emmanuel Gavard



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

P.4

P.6

P.10

P.12

P.13

P.15

P.30

P.32

P.34

P.35

P.36

P.37

P.38

P.39

P.40

P.44

P.52

P.54

P.56

P.58

P.60

P.62

P.64

P.65

P.66



© Thomas Goirry pour Stratégies

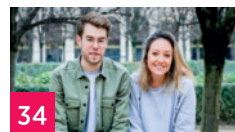
# Des Cannes Lions à l'esprit gaullien

La France a beau accueillir sur sa côte le rendez-vous mondial de la publicité, depuis plusieurs années on pouvait avoir le sentiment de jouer à l'extérieur et que Cannes était devenu le 51<sup>e</sup> État des États-Unis. Au point que des équipes françaises d'agences ou de géants de la tech étaient personæ non gratæ sur la propre plage de leur groupe mondial. La raison? Priorité aux équipes US et à leurs clients! Alors à cette aune le palmarès 2023 des Cannes Lions est plutôt rassérénant. Parce que les deux champions locaux (Publicis et Havas) remportent trois Grands Prix en tout. La France conserve son rang de 4<sup>e</sup> pays mondial en termes de création publicitaire et les agences tricolores repartent avec 57 Lions. Et aussi parce que les campagnes qui ont crevé l'écran cette année correspondent bien à un certain panache Français. Quand une agence décide de rebaptiser de fond en comble la vitrine de la France, son principal aéroport, aux couleurs d'une fondation (Anne de Gaulle) qui accompagne les personnes en situation de handicap, elle envoie un message aux visiteurs du monde entier. Avec le Grand Prix for Good, trois Or, un Argent et un Bronze, la campagne d'Havas Paris est la plus primée aux Cannes Lions cette année. Par ailleurs, quand le dirigeant français du deuxième groupe mondial de publicité, atteint d'un cancer, décide de transformer son combat contre la maladie en une grande cause afin de mieux considérer et accompagner les malades du cancer au travail, il adresse également un message fort aux patrons de la planète. Alors vive la créa française!

Gilles Wybo, directeur de la rédaction



30



34



54



62

© COUVERTURE: GIANLUCA FOLI/COLAGENE PARIS POUR STRATÉGIES