

COMMERCE & CONSOMMATION

LSA



FICHE MÉDIA 2024

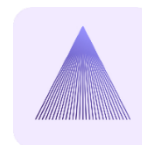


La marque N°1 sur les décideurs du retail et de la grande consommation

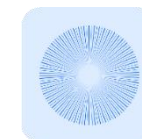
La 1^{ère} **source d'information** qui anime la communauté des professionnels du commerce et de la consommation depuis 1958.



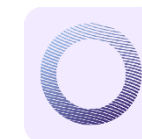
1M
VU / mois ⁽¹⁾



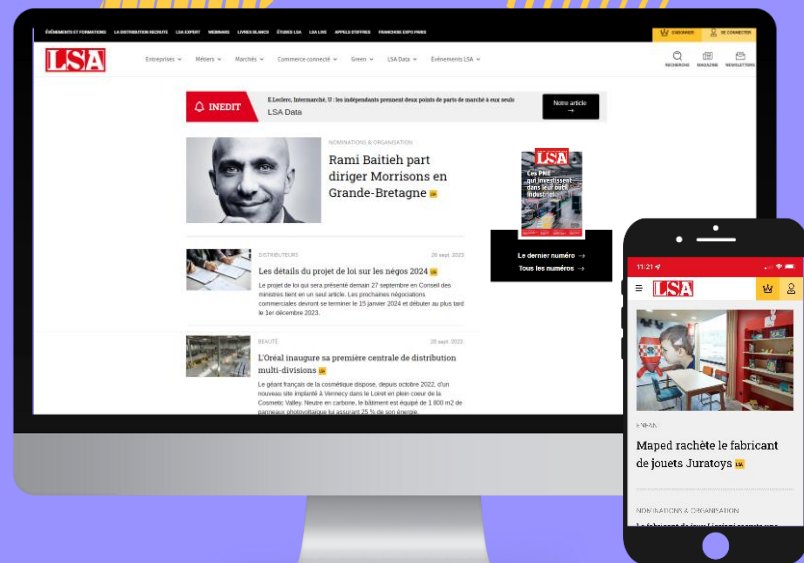
365K
e-mails intentionnistes
en BDD



185 000
lecteurs BtoB



18 620
exemplaires diffusés ⁽²⁾



Commerce connecté Paiement Livraison
Retail RSE Magasin connecté Bio Logistique
Innovations Green Distributeurs Produits Industriels
Omnicanal Franchise Expérience client Digital Retail

Sources

(1) Piano Analytics 2023

(2) ACPM Diffusion PV 2022-2023

Une équipe éditoriale experte et reconnue sur le secteur du retail



Yves PUGET

Directeur de la rédaction
LSA



Florence BRAY

Rédactrice en chef adjointe
Pôle Non Alimentaire



Jérôme PARIGI

Rédacteur en chef adjointe
Pôle Alimentaire

95%
des professionnels du
retail considèrent que
LSA est la référence
dans leur métier
(Etude Ipsos)

La 1^{ère} force de frappe éditoriale en France sur le retail :

- La caution d'experts à forte notoriété auprès des décideurs, des médias BtoC et des réseaux sociaux.
- Un contenu qui concerne toutes les fonctions de décideurs : du siège au magasin en passant par la centrale d'achats.
- LSA met en avant les innovations, déniche les tendances et décrypte les bonnes pratiques sur tous les marchés, tous les circuits, toutes les tailles d'entreprise.



Presse : LSA, le magazine qui anime la communauté des professionnels depuis 1958



47 N° PAR AN

+ HORS-SÉRIES, CAHIERS,
N° SPÉCIAUX

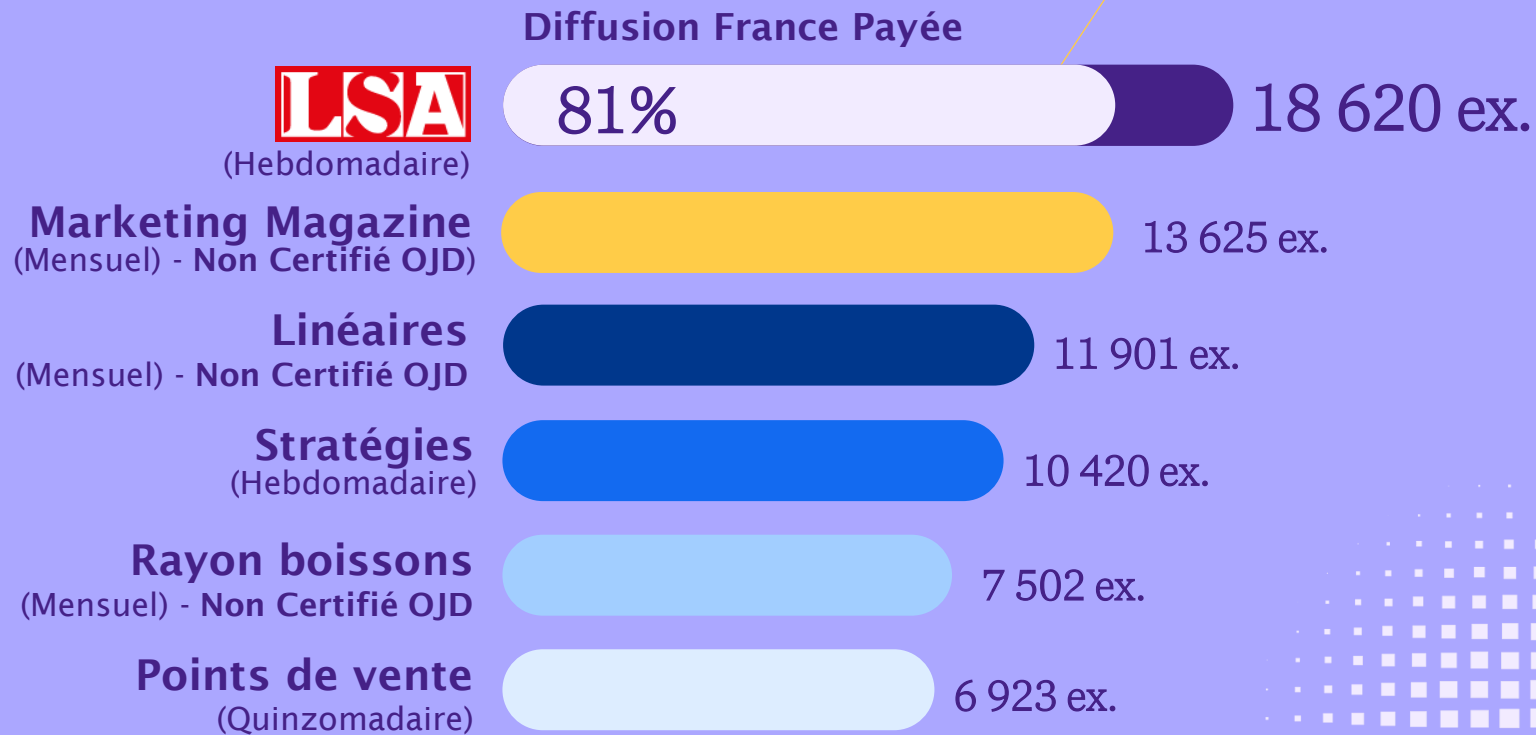
- 10 sectoriels et marchés
- 9 Métiers et réseaux (dont drive)
- 12 Green, Bio, Sain et naturel, Développement durable...



Presse : LSA, leader sur le commerce et la consommation



Diffusion totale **ACPM**
PV 2022-2023

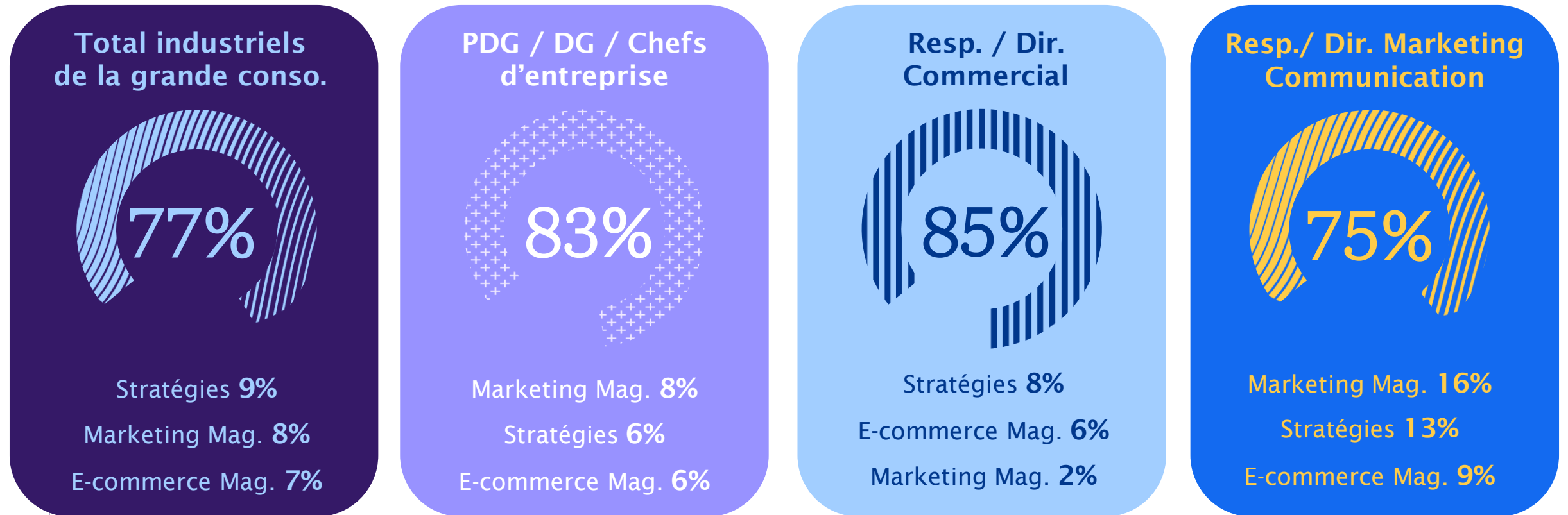


+ 18 000
users

Presse : LSA, N°1 pour cibler les industriels de la grande consommation



► Audience en Lecture Dernière Période (LDP)



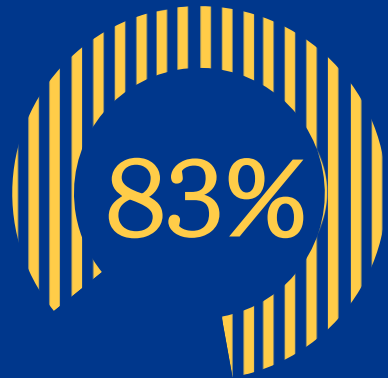
77% des industriels de la grande conso consultent LSA chaque semaine

Presse : LSA, N°1 pour cibler les distributeurs



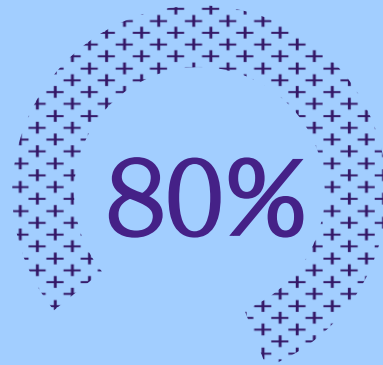
► Audience en Lecture Dernière Période (LDP)

Total Distribution



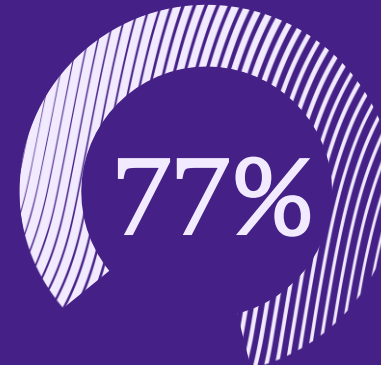
Linéaires **31%**
Points de vente **19%**
Rayon boissons **16%**

Directeurs de magasin



Linéaires **39%**
Rayon boissons **30%**
Points de vente **27%**

Chefs de rayons



Linéaires **27%**
Points de vente **23%**
Rayon boissons **14%**

Acheteurs en centrale



Linéaires **43%**
Points de vente **0%**
Rayon boissons **30%**

83% des distributeurs
consultent LSA chaque semaine

Presse : LSA, N°1 pour cibler les décideurs du commerce et de la consommation



► Audience en Lecture Dernière Période (LDP)

Distributeur au siège



Linéaires **29%**

E-commerce Mag. **16%**

Marketing Mag. **14%**

PDG / DG / Chefs d'entreprise

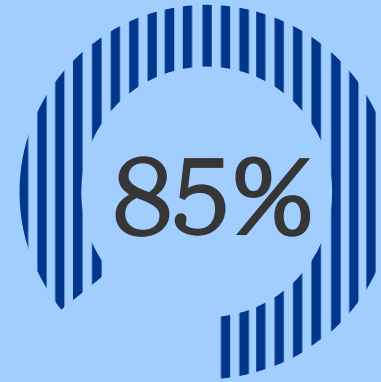


Marketing Mag. **8%**

Stratégies **6%**

E-commerce Mag. **6%**

Resp. / Dir. Commercial



Stratégies **8%**

E-commerce Mag. **6%**

Marketing Mag. **2%**

Resp./ Dir. Marketing Communication



Marketing Mag. **16%**

Stratégies **13%**

E-commerce Mag. **9%**

87% des distributeurs travaillant au siège consultent LSA chaque semaine

Presse : une audience que vous ne ciblez nulle part ailleurs et présente sur tous les circuits

Exclusive

33% des distributeurs

62% des industriels

...lecteurs de LSA **ne consultent aucun autre titre concurrent** ⁽¹⁾

Captive

89%

des lecteurs de LSA sont **décideurs en référencement / réapprovisionnement de produits**

Utile

83%

des **décideurs d'achats en équipement de magasin** lisent LSA chaque semaine

Omnicanale

<1/3

38% des distributeurs consultant LSA interviennent en Drive,
34% en Click & Collect,
36% en E-commerce,

(1) Titres concurrents étudiés = Points de vente, Linéaires, Rayon Boissons, Bricomag, Confortique Magazine, Marketing Mag, E-commerce Mag, Action Co, Stratégies

Presse : une audience que vous ne ciblez nulle part ailleurs et présente sur tous les circuits

Exclusive

33%

des lecteurs de LSA **ne consultent aucun autre titre concurrent** ⁽¹⁾

Captive

89%

des lecteurs de LSA sont **décideurs en référencement / réapprovisionnement de produits**

Omnicanale

<1/3

38% des distributeurs consultant LSA interviennent en Drive,
34% en Click & Collect,
36% en E-commerce

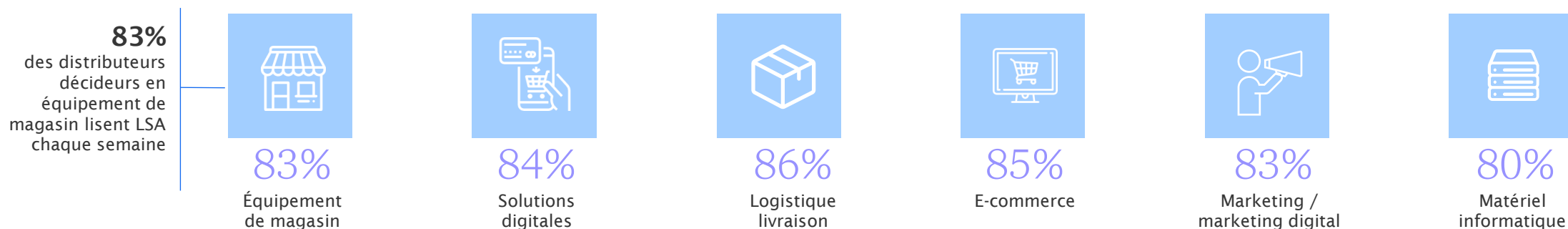
(1) Titres concurrents étudiés = Points de vente, Linéaires, Rayon Boissons, Bricomag, Confortique Magazine, Marketing Mag, E-commerce Mag, Action Co, Stratégies



Presse : une audience que vous ne ciblez nulle part ailleurs et présente sur tous les circuits



Des décideurs d'achats impliqués dans tous les domaines ⁽²⁾



(1) Titres concurrents étudiés = Points de vente, Linéaires, Rayon Boissons, Bricomag, Confortique Magazine, Marketing Mag, E-commerce Mag, Action Co, Stratégies

(2) Cible distributeurs

Digital : une audience puissante et en affinité sur vos marchés



► **Isa.fr** : la source de référence sur le commerce et la consommation



2,3 M
pages vues

1 M
visiteurs uniques

► **LSA Commerce Connecté** : la chaîne de référence sur la digitalisation du retail



695 393
pages vues

164 867
visiteurs uniques

E-Newsletters : généralistes et thématiques

Taux moyen d'ouverture **24,9%**

E-NEWSLETTERS LSA	JOUR D'ENVOI	NB D'INSCRITS
La Quotidienne	Lun. au dim.	51 000 @
Commerce connecté	Lundi	21 500 @
Immobilier commercial	1 Lundi sur 2	4 500@
Boissons	Mardi	9 000 @
Franchise	Mardi	15 700 @
Green	Mardi	9 900 @
DPH	Mercredi	9 000 @
Kids	Mercredi	6 100 @
Marketing	Jeudi	12 500 @
Alimentaire	Jeudi	16 500 @
High tech & Électroménager	Jeudi	7 600 @
Maison Brico Jardin	Vendredi	9 200 @
Équipement & Supply Chain NEW	Mercredi	6 000@

► Isa.fr : un site de contenu plébiscité

	NOTORIÉTÉ	UTILISATION
LSA Commerce & Consommation	76,0%	71,7%
strategies.fr	51,9%	19,1%
pointsdevente.fr	48,4%	13,1%
lineaires.com	47,6%	19,5%
e-marketing.fr	38,4%	17,7%
cbnews.fr	28,9%	10,6%
rayon-boissons.com	25,3%	9,8%
Influencia.net	13,3%	9,1%
faresavoirfaire.com	12,1%	1,7%
larevuedujouet.fr	11,8%	4,8%
actionco.fr	10,0%	2,3%
ecommercemag.fr	9,5%	4,2%
bricomag-media.com	9,2%	1,5%
neomag.fr	7,8%	2,1%
confortiquemedia.com	4,5%	0,8%

(Audience 30 jours / base Ensemble Retail)



50%

des professionnels consultant Isa.fr **LISENT AUSSI RÉGULIÈREMENT LE MAGAZINE LSA**

(Audience 12 Mois / Base ensemble Retail)

Digital : une audience ultra-captive de décideurs sur le commerce et la consommation



► Ciblez tous les décideurs... du siège au magasin



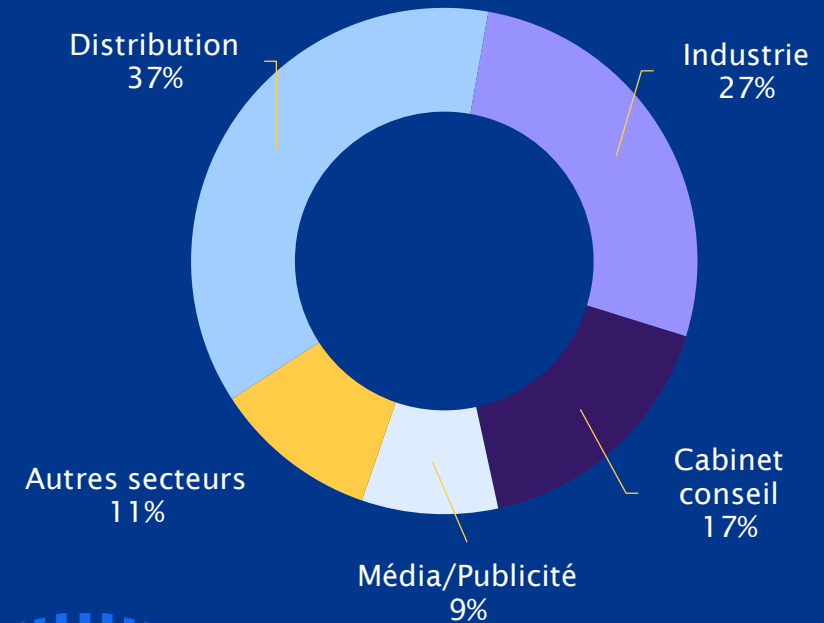
2/3

des professionnels consultant Isa.fr sont impliqués dans les décisions d'achats de leur entreprise

61%

des distributeurs consultant LSA et décideurs en référencement et réapprovisionnement

Profil de l'audience de Isa.fr*



* Visiteurs Isa.fr 12 mois

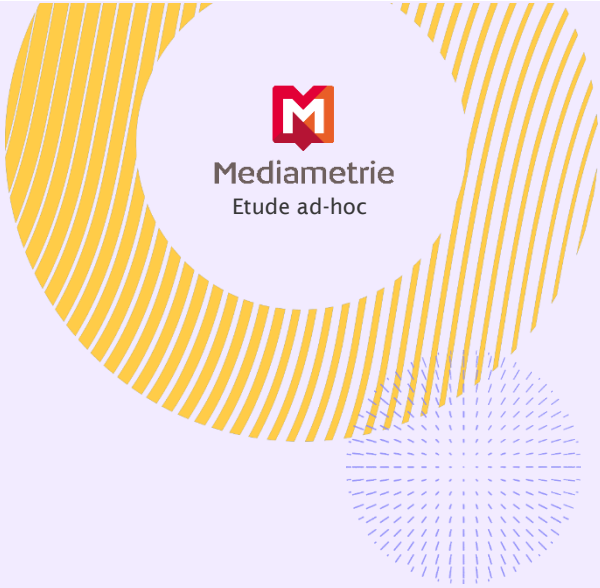
Digital : N°1 pour cibler les professionnels de la distribution



► Isa.fr : un site de contenu plébiscité

	NOTORIÉTÉ	UTILISATION
	81,5%	75,8%
lineaires.com	51,1%	21,7%
pointsdevente.fr	47,3%	9,6%
rayon-boissons.com	27,2%	10,2%
bricomag-media.com	14,1%	3,2%
larevuedujouet.fr	13,0%	7,6%
neomag.fr	9,8%	3,2%
faresavoirfaire.com	8,7%	1,3%
confortique-media.com	6,0%	0,6%

(Audience 30 jours / Cible Distributeurs)



43%

des professionnels consultant Isa.fr LISENT AUSSI RÉGULIÈREMENT LE MAGAZINE LSA

(Audience 12 Mois / Cible Distributeurs)

Digital : une audience ultra-captive de décideurs sur vos marchés

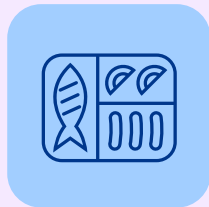


► Pénétration sur chaque catégorie de produits

38,7% des acheteurs / chefs de rayons qui consultent lsa.fr s'occupent du Brico / Déco / Jardin



Brico / Déco / Jardin
38,7%



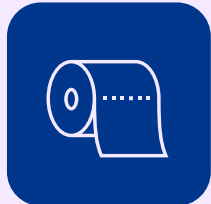
Frais
38,7%



Électroménager / Multimédia
33,5%



Loisirs / Culture
32,3%



DPH
32,2%



Epicerie
22,6%



Liquides
22,6%



61%

des distributeurs consultant lsa.fr sont décideurs en matière de **référencement / réapprovisionnement de vos produits**

67%

des distributeurs consultant lsa.fr **travaillent sur le terrain**

Digital : une audience ultra-captive de décideurs dans la distribution



68%

des distributeurs consultant lsa.fr
travaillent au siège

60%

des distributeurs consultant lsa.fr
sont impliqués dans les décisions
d'achats de leur entreprise

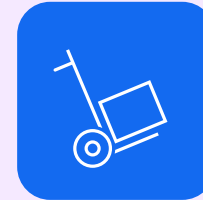
Une implication dans tous les domaines*



64,6%
Marketing /
Publicité



54,9%
Equipement
de magasin



42,7%
Logistique /
Manutention



42,7%
Logiciels / Info
/ Télécom

42,7% des
distributeurs qui
consultent lsa.fr
sont **décideurs**
en logiciels /
info / télécoms



30,5%
Emballage /
Packaging



29,3%
Sécurité



25,6%
Energie



(Visiteurs LSA 12 mois / Cible Distributeurs)

► Isa.fr : un site de contenu plébiscité

	NOTORIÉTÉ	UTILISATION
	83,5%	80,6%
lineaires.com	61,2%	25,9%
strategies.fr	57,0%	18,5%
pointsdevente.fr	55,4%	17,6%
e-marketing.fr	38,0%	16,7%
cbnews.fr	33,1%	4,6%
faresavoirfaire.com	21,5%	2,8%
actionco.fr	10,7%	1,9%
Influencia.net	9,9%	4,6%
ecommercemag.fr	6,6%	3,7%

(Audience 30 jours / Cible Industriels)



59%

des professionnels consultant Isa.fr **LISENT AUSSI RÉGULIÈREMENT LE MAGAZINE LSA**

(Audience 12 Mois / Cible Industriels)

Digital : une audience ultra-captive de décideurs dans l'industrie de la grande consommation



► Une implication dans tous les domaines*



64,4% des industriels qui consultent lsa.fr sont décideurs en Marketing



64,4%

Marketing
(études, conseil...)



52,6%

Hors médias



41,5%

Animation des
Forces de ventes



40,7%

Médias



35,6%

Logiciels / Info. /
Télécom



32,6%

Equipement
Forces de ventes



25,2%

Packaging



20%

Emballage /
Conditionnement



19,3%

Logistique /
Manutention



59%

des industriels consultant lsa.fr
sont **impliqués dans les**
décisions d'achats de leur
entreprise

Evénements 2024

Tous les formats activés pour rencontrer vos audiences (présentiel, hybride, digital) !



Conférences

Des rencontres récurrentes sur des enjeux d'actualité

- 100 participants en moyenne par cession
- 4 types de contenus : métier, marché, circuit et transversal

Un accès unique à une audience qualifiée

- Conférences Category Management et Merchandising réunies en une seule et même journée avec des ateliers par métier
- 100% Omnicanal et 100% Retail tech :
Pour chaque RDV une web conférence et un dîner de gala remise de Trophées



Congrès & forums

Des rendez-vous incontournables qui fédèrent jusqu'à 500 participants

- La Conso s'engage : mai 2024
- Stratégies commerciales : octobre 2024
- La nouvelle Proximité : novembre 2024



Parcours digitaux

Concept

- Allier la qualité des contenus de nos conférences et l'agilité des webinars qui permettent de fédérer le plus grand nombre via une diffusion en live et en replay sur lsa.fr
- Une matinée composée de deux allocutions éditoriales et d'ateliers expert réalisés par nos partenaires.

Parmi les thèmes 2023

Supply chain, moyen de paiement, communication du point de vente, franchise...

Evénements 2024

Tous les formats activés pour rencontrer vos audiences (présentiel, hybride, digital) !



*Conférences, congrès & forums,
parcours digitaux : vos bénéfices*

Des contenus à forte valeur ajoutée

- Animation par la rédaction en chef de LSA
- Des intervenants de haut niveau

Visibilité & expertise (selon offres)

- Votre association à la marque média LSA
- Votre présence à la tribune, au même titre que des personnalités du retail
- La valorisation de vos savoir-faire et solutions

Networking

Rencontre avec une audience ultra-ciblée et développement d'opportunités business



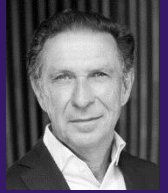
Guillaume SENECLAUZE
Président
MONOPRIX & NATURALIA



Rami BAITIEH
Président Directeur général
CARREFOUR FRANCE



Philippe BROCHARD
Directeur général AUCHAN



Hervé NAVELLOU
Directeur général
L'ORÉAL FRANCE



François EYRAUD
Directrice générale
DANONE FRANCE



Sandrine GUICHART
Directrice Maison & décoration
LA REDOUTE



Romain ROULLEAU
Directeur de la stratégie
digitale
KINGFISHER FRANCE



Cathy COLLART GEIGER
Présidente directrice générale
PICARD



Michel BIERO
Directeur exécutif des achats et
marketing LIDL



Michel Edouard LECLERC
Président directeur général
CENTRES E. LECLERC



Evénements 2024

Tous les formats activés pour rencontrer vos audiences (présentiel, hybride, digital) !



Trophées

Des prix à forte caution et fédérateurs pour les professionnels

- Category management : mars 2024
- Forces de vente : avril 2024
- 100% Omnicanal : juin 2024
- La Conso s'engage : septembre 2024
- Trophées des dirigeants: novembre 2024
- Innovation : décembre 2024

- Association d'image avec LSA +++
- Visibilité et networking auprès d'experts (jury et candidats)
- Relais éditorial LSA (magazine, réseaux sociaux, site)

Evénements sur mesure

Dîner-club, matinée débats, afterwork, store tour...

LSA associe sa marque, vous apporte son réseau et son expertise dans l'organisation d'entrevues confidentielles qui favorisent le discours vrai et des contacts ultra-qualifiés





Nadia RAVAND

Directrice de publicité
Institutionnel / Salon / Entretien

01 77 92 92 73
nadia.ravand@lsa.fr

Véronique Celisse

Directrice Commerciale Pole Services

01 77 92 94 96
veronique.celisse@lsa.fr

Elodie GALLIOD

Coordonnatrice Evénements LSA

01 77 92 92 95
egalliod@lsa.fr

Natacha ARSAC

Directrice de clientèle
Frais - Froid - Fruits et Légumes
/ Boissons alcoolisées / Loisirs

01 77 92 92 72
natacha.arsac@lsa.fr

Sébastien GAMITO

Directeur de clientèle
Aménagement / Equip. Magasin
/ Logistique / IT / Agences
/ Digital in store / Media

01 79 06 78 29
sebastien.gamito@lsa.fr

Nathalie CHASLES

Assistante direction commerciale

01 77 92 92 78
nathalie.chasles@infopro-digital.com

Marlène HERVOUET

Directrice de clientèle
Boucherie - Charcuterie-Traiteur /
Hygiène - Beauté / Franchise

01 77 92 92 77
marlene.hervouet@lsa.fr

Sandrine BARAT

Directrice de clientèle
Equip. Maison/ Auto-Papéterie / Textile
/ Solution de paiement/ Immobilier
Commercial / Marketing data /
Relation client / Energie

01 77 92 95 70
sandrine.barat@lsa.fr

Cécile PORCHER

Directrice de clientèle
Epicerie / Boissons sans alcool

01 77 92 92 75
cecile.porcher@lsa.fr

Sylvie CAPEL

Directrice de clientèle
Région Sud Ouest

05 62 16 74 14
s.capel@intel-media.fr