

# Palmarès de la Pub 2022



# Palmarès de la Pub 2022

Ipsos dévoile son « palmarès pub du grand public » ; il consacre les meilleures publicités de l'année 2022 sur la base de 1000 campagnes. Depuis 1986, ce prix unique consacre les films et les communications extérieures qui ont marqué les esprits et séduit les Français.

L'édition 2023 révèle une évolution : si, dans la lignée de 2020 et 2021, les Français attendent des marques qu'elles s'engagent sur leurs sujets de préoccupation (environnement, société, pouvoir d'achat...), la tonalité créative est différente. Ils aiment une autre forme d'empathie, une connexion avec les marques plus légère, décontractée, humoristique ou poétique.

Les vainqueurs de notre palmarès ont su répondre aux deux motivations activées par les multiples crises que nous traversons : besoin de sécurité et de contrôle, envie de se faire plaisir et de s'échapper du quotidien.

# PALMARÈS COMMUNICATION EXTÉRIEURE

1



## ORANGINA

BETC

# PALMARÈS COMMUNICATION EXTÉRIEURE

2

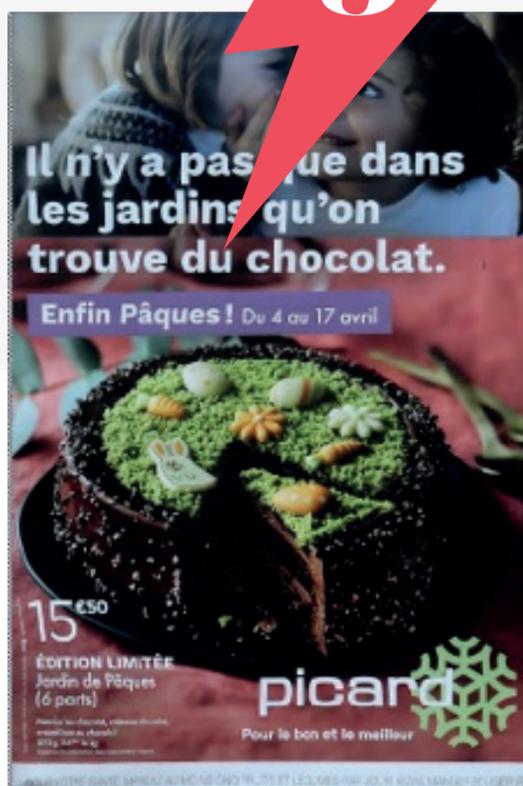
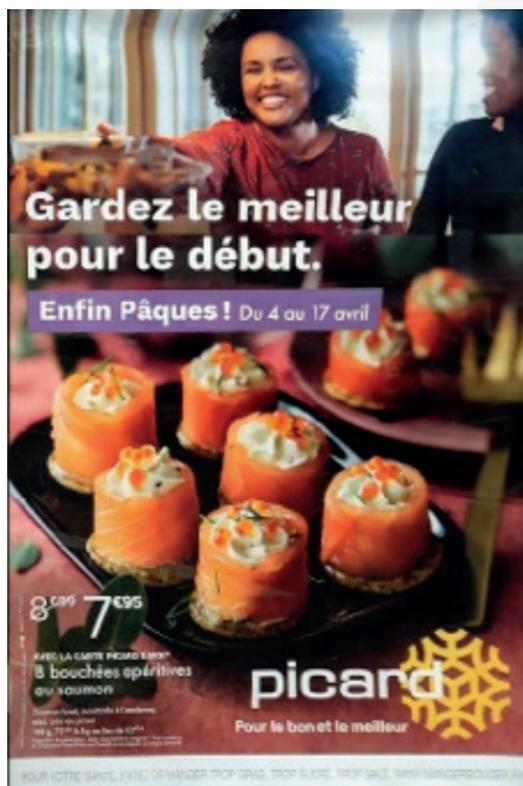


## MCDONALD'S

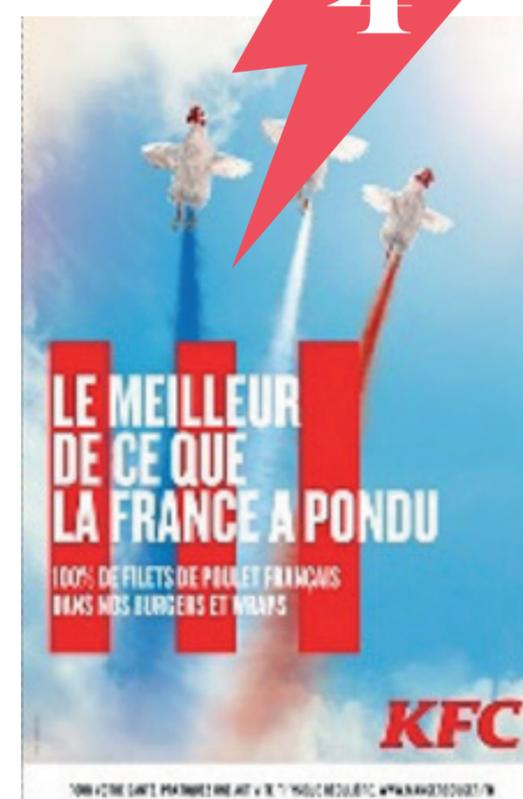
TBWA

# PALMARÈS COMMUNICATION EXTÉRIEURE

3



4



PICARD

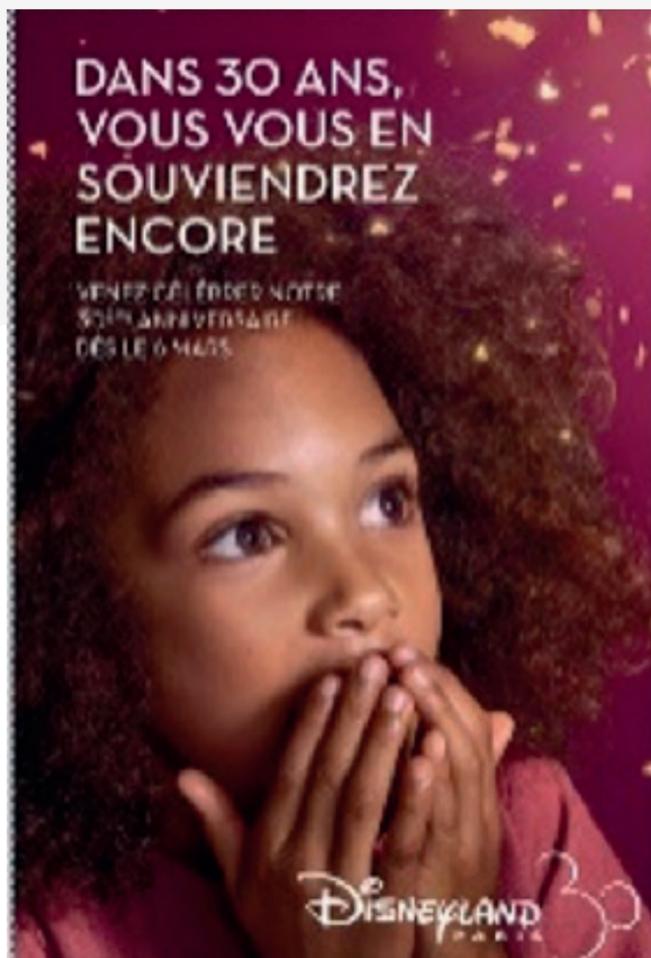
DDB

KFC

HAVAS PARIS

# PALMARÈS COMMUNICATION EXTÉRIEURE

5



DISNEYLAND PARIS

BETC

# PALMARÈS COMMUNICATION EXTÉRIEURE

6



**SNCF INOUI**  
ROSA PARIS

7



**LACOSTE**  
BETC

8



**DESPERADOS VIRGIN**  
SERVICEPLAN

# PALMARÈS COMMUNICATION EXTÉRIEURE

9



HEINEKEN

PUBLICIS

10



BACK MARKET

BUZZMAN



...oire 1 L d'Hépar par jour dans le cadre d'une alimentation variée, équilibrée et d'un mode de vie sain. Hépar® peut être

**HÉPAR**

**MARCEL**



**DISNEYLAND PARIS**

BETC



**DIOR**

LES ÉQUIPES CHRISTIAN DIOR



**TOURTEL TWIST**  

---

**MARCEL**



**CARREFOUR**  

---

**PUBLICIS**



**GRAND FRAIS**  

---

**ROSA PARIS**



**GUERLAIN ACQUA ALLEGORIA**  
**LES ÉQUIPES GUERLAIN**



**GROUPAMA**  

---

**MARCEL**



**LECLERC**

BETC



**FREE**  
**BUZZMAN**

# NOTRE MÉTHODOLOGIE

LE PALMARÈS IPSOS EST RÉALISÉ POUR LES CATÉGORIES FILMS ET COMMUNICATION EXTÉRIEURE ET PREND EN COMPTE LES NOUVELLES CAMPAGNES DE 2022

## CATÉGORIE COMMUNICATION EXTÉRIEURE

Les campagnes sont évaluées via le Baromètre affichage d'Ipsos, un outil normé de référence permettant d'interroger les consommateurs résidant à Paris et en région parisienne. L'indice d'efficacité publicitaire global sur lequel est construit le palmarès combine l'émergence des affiches & l'attribution à la marque avec l'appréciation (agrément positif).

## CATÉGORIE FILMS

Pour réaliser le palmarès des campagnes vidéos (TV & Digital), l'indice d'efficacité publicitaire global est construit de la même façon qu'en affichage en combinant l'émergence des films & leur attribution à la marque avec l'appréciation (agrément positif). A ces mesures directes, vient s'ajouter un score d'engagement émotionnel (facial coding en neurosciences). La cible des consommateurs interrogés est nationale, représentative du plan média.

N'HÉSITEZ PAS À NOUS CONTACTER !



**KATELL  
LE COUËFFIC**

Directrice de Creative  
Excellence  
[Katell.lecoueffic@ipsos.com](mailto:Katell.lecoueffic@ipsos.com)



**JULIETTE  
GROS**

Directrice de clientèle  
[Juliette.gros@ipsos.com](mailto:Juliette.gros@ipsos.com)



**AURÉLIEN  
PRADELLE**

Directrice de clientèle  
[Aurélien.pradelle@ipsos.com](mailto:Aurélien.pradelle@ipsos.com)