

CONJONCTURE. Selon le cinquième « Panorama Trade » du site marketing (www.lesitemarketing.com), qui mesure l'activité hors médias de la grande distribution en France, les distributeurs ont investi 1,09 milliard d'euros en dehors des grands médias sur l'année 2007, soit 70% du total de leurs dépenses de communication. Malgré leur arrivée à la télévision, support qui représente désormais 7% de leurs investissements, les enseignes ont consacré l'année dernière 40% de leurs budgets aux catalogues et 12% à Internet.