

gondola' magazine

Retrouvez votre magazine
et suivez l'actualité pas à pas sur :
www.gondola.be

Inscrivez-vous à notre **newsletter**
et rejoignez nous sur les media sociaux



Il a été tiré de ce numéro 11.200 exemplaires.

PROFIL DU LECTORAT GONDOLA

Retail (70% du lectorat): décideurs en centrale, gérants de points de vente intégrés, exploitants de magasins franchisés ou affiliés, têtes de réseau d'enseignes non-alimentaires. Ces lecteurs représentent 98,7% de couverture de la distribution alimentaire (univers Nielsen). Fournisseurs/marques (19%). Service providers (7%) Opinion leaders (4%)

EDITEUR RESPONSABLE

Pierre-Alexandre Billiet
Retail Today NV
Excelsiorlaan 85 - 1930 Zaventem
+32 (0)2 616 00 00

› info@gondola.be

REDACTION

Rédacteur en chef:
Christophe Sancy
Rédacteur en chef adjoint:
Dominique Soenens
Rédacteurs: Carole Boelen
& Lisa Goethuysen
Journalistes: Wim De Mont,
Patrick Fiévez, Belen Ucros, Géry
Brusselmans.
Traduction: Babylon.com,
Marlène Fourneau, DRP
copywriting

› news@gondola.be

STUDIO

Conception graphique:
Youn Le Goff
Photographie: Christophe
Sancy, The Image Factory,
Carole Boelen, Emy Elleboog,
iStockphoto, Flaticon.

› studio@gondola.be

IMPRESSION

Daddy Kate

REGIE PUBLICITAIRE

Responsable:
Frederik Matthys
Commercial Manager Media:
Emilie Delval
Sales Manager Media :
Janna Salhoume

› pub@gondola.be

ABONNEMENT ANNUEL (PRIX HTVA)

Pack Basic : 350€ (étranger : 375€)

Pack Basic Plus : 490€ (étranger : 515€)

Company packs : plus d'info via abonnement@gondola.be

Prix du numéro : € 15 (plus frais d'envoi)

Abonnez-vous !

Responsable : Karine Hirsoux

› abonnement@gondola.be

GONDOLA MAGAZINE FAIT PARTIE DE **gondola'**

gondola'
magazine

gondola'
society

THE
RETAIL
ACADEMY

› Plus d'infos sur www.gondola.be

CiM
2017
CONTRÔLE DE DISTRIBUTION
Centre d'Information
sur les Médias (CIM)

Tous les droits de reproduction, traduction et adaptation même partiels, sont strictement réservés sauf accord écrit de la rédaction. Gondola Magazine ne s'adresse pas aux consommateurs.

› Verschijnt ook in het Nederlands.

PARTENAIRES



Un aperçu non-exhaustif des actualités majeures parues sur la plateforme de Gondola. www.gondola.be

8 Info-frais

Comment est-on passé de 185 visites en magasin en 2008 à l'an passé? Les Belges se rendent de moins en moins souvent en magasin pour leurs achats de produits frais, et le total de ceux-ci baisse, de façon différente selon les canaux, nous apprend l'étude du VLAM.



10 "Les marques engagées performent bien au-delà des autres"

Le temps des grandes marques est-il révolu, comme le prétendent certains? Sophie Souied, patronne d'Unilever Belux est convaincue du contraire. Mais les marques qui réussissent sont celles qui s'engagent, pour mieux se connecter aux consommateurs, nous dit-elle.

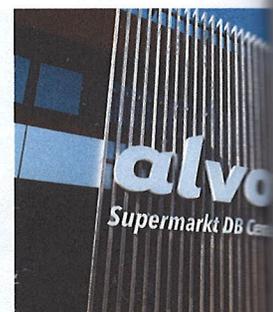


16 Interview: Jan Pelgrims, directeur général d'Alvo

Jan Pelgrims, directeur général d'Alvo, nous décrit l'actualité de la coopérative, nous livre son opinion sur celle qui agit sur le marché belge: "J'ai un peu l'impression qu'un bourgmestre ne considère son marché réussi que s'il est parvenu à attirer un Alvo Heijn ou un Jumbo dans sa commune."

22 DB Center, résolument différent

Le DB Center de Beernem est un des plus performants magasins Alvo, nous a dit Jan Pelgrims lors de son interview. Sa visite nous a permis de le comprendre, et de voir en quoi il représente un modèle à suivre pour d'autres membres de la coopérative.





Cuisine méditerranéenne

29 La cuisine méditerranéenne se fait plus variée

Aussi savoureuse que saine, la cuisine méditerranéenne reste une valeur sûre. Elle s'ouvre à de nouveaux modèles plus orientaux, avec l'essor des houmous, haloumi et tarama.

Drinks

35 Les eaux, source de croissance

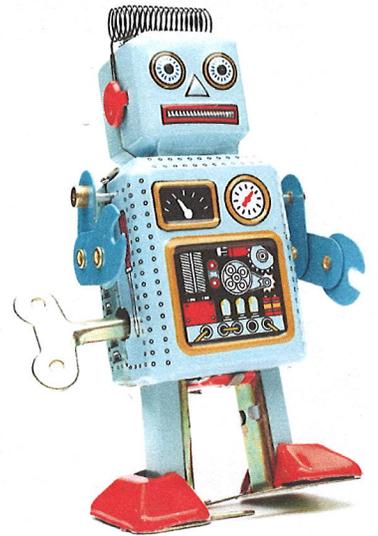
L'été 2018 a fait grimper le thermomètre et par conséquent les ventes des eaux et des aromatisées, qui enregistrent une croissance record de 37%. De quoi donner envie d'une nouvelle gorgée de croissance.



Snacks Salés

65 Snacks: un marché qui fait saliver

De nouvelles tendances viennent offrir des relais de croissance à ce marché toujours croustillant.



Équipement de magasin

80 Un magasin en mode pilote automatique?

L'automatisation est en marche dans le retail, de la gestion du stock aux magasins sans caisses. Comment les retailers peuvent-ils en profiter?



39 Changement de codes pour les soft drinks

Les soft drinks ont eux aussi tiré profit de l'été caniculaire, bien qu'un peu moins que les eaux. Vers lesquels le consommateur se tourne-t-il aujourd'hui?



Laundry

70 La catégorie Laundry perd de son éclat

Des volumes qui plongent et de fortes hausses de prix: pourquoi les chiffres rétrécissent-ils au lavage?

84 Jobs

88 Agenda

Un aperçu des principaux événements et rendez-vous à ne pas manquer.

49 Les bières, une catégorie de plaisir

Entre les Belges et la bière, c'est toute une histoire. Y compris, c'est nouveau, quand elle ne contient pas d'alcool. Petit tour d'horizon des tendances.



55 Le rhum sera-t-il le nouveau gin?

Le rhum est aujourd'hui l'alcool qui monte à l'heure de l'apéritif. Mais d'autres boissons faiblement ou non-alcoolisées ont aussi la cote.



62 C'est frais et nouveau !