Gondola sur les media sociaux

Suivez notre actualité pas à pas

Inscrivez-vous à notre newsletter sur gondola.be

Et recevez les dernières infos directement dans votre boîte.

llaététiré de ce numéro 11.200exemp laires.

PROFIL DU LECTORAT GONDOLA

FO, FI,F2. F3. HD, Impuls. Grossistes. Out-of-home. Grey market,Foodservice,Luxembourg,Producteurs,brokers, rvices,Leadersd'opin ion

EDITEUR RESPONSABLE
Pierre-Ale)(,ilndreBilliet

RetailTodayNV
Excelsior laan85-1930 Zaventem
+32(0)26160000

info@gondola .be

REDACTION
Rédacteur enchef :ChristopheSancy
Rédacteur enchef adjoint: Dominique Soenens
Rédacteurs :CaroleBoelen &LisaGoethuysen
Journalistes: Wim De Mont, Patrick Fiévez,Belen Ucros
Traduction: Babylon.com, Marlène Fourneau, DRP copywriting

news@gondo la.be

STUDIO
Conception graphique: Maxim Aerden, Youn Le Goff
Photographie :ChristopheSancy,MaximAerden, CaroleBoelen

IMPRESSION

studio@gondola .be
Daddy Kate

REGIE PUBLICITAIRE
Responsable :FrederikMatthys
Sales Manager Media: Emilie Delval

pub@gondola.be

i.j;!.J@ji!Mf.i@iijiij-IfjhfJ.Si

Responsable: KarineHirsoux

abonnement@gondola.be

Smallpack:12S€(étranger:145€)
Medium pack: 350€ (étranger: 390€)
Large pack: 450€ (étranger:490€)
Companypacks:plusd'inloviaabonnemen t@gondola . be
Prixdunuméro : €15(plusfraisd'envoi)

1 CONTRÔLE.DE DISTRIBUTION
Centred'Inlormat 1on
surlesMédras(CIM)

Tou+lesdroit+deI'P-Q(lvtlion,tradu-ionet+l-pl.lolnimepahlieb.+0-1 1 sliicement • .iA o-cor-lécrit dolo.+l4e+lon,Gondola MagazC. S'off

VerschijntookinhelNederlands

LES FAITS

Cette rubrique vous livre un aperçu non-exhau stif des actualités majeure s parues sur la plateforme en ligne de Gondola, www.gondola.be

6 **Dessine-moi une info: Nielsen transforme la classification des magasins**

2018 marque l'entrée en vigueur d'une nouvelle classification des magasins présents sur le marché

explique ce qui change.

belge. Gondola vous

8 lnlo-frais

2 février-Mars 2018 Gondola Magazine

11

LES ACTEURS

12

Alain Boulle,
Président
Intermarché Belgique

Depuis un an et

avec le Président des

Caroline **Thomaes -**

Notre rubrique se penche aujourd'hui

de produits agro-alimentaires en Belgique. Des données aussi précieuses qu'exclusives, fournies par le VLAM !

Le commentaire de la rédaction :
Pretty Lidl things

Une nouvelle rubrique fait son apparition, qui laisse à la rédaction la liberté de commenter un fait, une tendance, un propos aperçus dans l'actualité récente.

yn,

CEO Vente-Exclusive Belgique
Vente-Exclusive est une entreprise qui va vite, dans un univers e-commerce lui-même au galop. Son CEO pousse un

pour nous offrir sa vision

instant la touche *'pause "* du marché.

LE MARCHÉ

t-il ?Garde-t-il la tête hors de l'eau ou sa complexification lui fait-elle perdre des clients?

Procter & Gambie

Consacrer !ajourn ée du 8 mars aux droits des femmes, c'est bien. Faire du principe d'égalité des chances une réal ité de chaquejour, c'est l'ambition de P&G.

43

Pizzasfraîches

Les MDD se taillent une portion royale des pizzas fraîches vendues au rayon traiteur. Le marché retrouve du tonus, aidé par de nouvelles

45

glacée

Crème

à la hau sse, le prix des matières premières aussi.

Le fromage **en mode snacking**
L'apéro, moment de convivia lité par excellence, revient en force avec les beaux jour s. La catégorie y trouve une opportunité de croissance.

pnntemps

C'est le moment du grand coup de frais à offrir au ménage, celui aussi de bien ranger les chiffres et tendances de la catégorie.

54 Paper products

Comm la saison glacie

s'impose aux marques soucieuses d'échapper à la *"commodilization".*

LES MÉTIERS

82

Interview
Thierry Moubax

Parcels Benelux de bpost explique la stratégie de son

entreprise en matière de

Se différencier, innover, renouveler les USP ou casser les codes, c'est l'obligation qui

Leséchosdu vin

BRANDS

61 Iglo

62 Alberts Evian

67 Boni Sanpellegrino

64 C'est Nouveau!

LES MARQUES ONT LA PAROLE

25 Diageo

53 LBD

80 Intermarché

88 AGENDA

Quand un j ournal iste de Gondola passe une semaine à tester Google Home, ilnous livre ensuite son verdict. Positif!

et vegan

Ce n'est plu s une mode, c'est une tendance d urabl e. Mais c'est aussi une catégorie en plein essor, nou s confirment plu sieurs acteurs du m arché.

EXCLUSIF !

1er **Baromètre**

Comment les franchisés ou affiliés vivent-ils leur activité, com ment évaluent-ils la collaboration avec leur tête de réseau? Gondola a lancé, en collaboration avecAPLSIA, une grande con sultation des indépendants pour lesavoir. Nous vous en livrons les premiers résultats