

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.

Il a été tiré de ce numéro 11.200 exemplaires.

PR(NT:JIIJLLC1ORAT GONDOLA
FO 11.F2+r3.HD.Impuls. Grossilles. Ot1-of-hor11 .Grey
m ftk(+t. f-o>Usurvicc. Luxcrr1lx>11rfl. Prt.Illulr'111.s.Uroars.
Services. Leaders d'opinion

EDITEUR RESPONSABLE
Pierre-Alexandre Billiet
Relai ody NV
Exils 1or1iaa118S - 1930 Zaventem
+32 (0)2 616 00 00
info@gondola.be

KEOACIION
Rédacteur en chef: Cl1rstophe San*Y
Rtdacteur en chef adjoint: Oom1niq1ie \$penens
f.Wacteurs: Carole Uole11 & L1 Gochhuysen
Jo1rnafes: Wlm 0 Morll, Patrick116v z.Géry Brusselms,
Dominique Soenens
Traduction: Babylon.com, DRP copywriting. Marlène Fourneau
news@gondola.be

gongraphique: Youn Le Golf, Maxim Aerden
Photographie: Christophe Sancy, Maxim Aerden,
Carole Baelen
studio@gondola.be

IMPRESSION
Daddy Kate

REGIE PUBLICITAIRE
Responsable: F11?derik Matthys
Sales Manager Media: Emilie Delval
Account Managers: Janna Salhoume
pub@gondola.be

ABONNEMENT ANNUEL (PRIX HTVA)

Responsable: Karine Hirsoux
abonnement@gondola.be

Small Pild: 125€ (€11 ngor M50
Mo<Jiwl Po .350F (€11anger 3900
Lar e piid 450 iranger 4900
Co@pa riy prc ++lus d'nb vw b<1n11cment 1wgondt1la b
Pr1Ju11Vrflero: 15 (plus frais de twi)

CONTRÔLE DE DISTRIBUTION

Centre d'information sur les Médias (CIM)

n ielsen

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

Versel GRAI-DON Nederland.



LES FAITS



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



6 Dessine-moi une Irifo: quels sont les groupes les mieux notés sur le bien-être animal?

Retailers, fabricants, groupes de restauration: leur prise en compte du bien-être animal est scruté par un organisme londonien.

8 Info-frais

Un rendez-vous biennuel très attendu: nous publions les chiffres fournis par le VLAM sur les canaux de distribution des produits frais. Exclusif !

13 Le choix de la rédaction: la fin des listing fees?

La Commission européenne vient de publier son projet de Directive européenne encadrant les pratiques d'achat auprès des producteurs agricoles et PME.

LES ACTEURS



16 = :r:nation menée tambour battant

Non seulement Aldi revoit-il en profondeur l'aspect de ses magasins,

mais il entend conduire au pas de charge la conversion de son parc au nouveau concept.



28 n le marketing gagnant!

La fête planétaire du foot est aussi une période faste pour les marketeers, qui planchent d'arrache-pied sur leurs schémas tactiques.

LE MARCHÉ

36 Rayon drinks: unecrue de nouveautés!

Chasse au sucre, naturalité, combat autour du thé glacé, bières spéciales et sans alcool: les codes du rayon sont en plein changement !



Deseaux de qualité pour un

consommateur exigeant

Les eaux profitent des innovations destinées à la consommation on-the-go mais plus encore de la peur du sucre. Les consommateurs poursuivent l'ul-essor.

46 Lethéglacé sera-t-il la boisson de l'été 2018 ?

C'est le grand terrain de compétition de 2018: le segment des thés glacés, toujours en croissance, suscite la convoitise, et se reprofile sur la naturalité.



40 Soft drinks Moins de sucre, plus de goQt et plus de plaisir

La chasse au sucre révèle dans les propositions des marques, mais aussi la plus grande variété de formats et de goûts. Ypés plus adultes.

50 Bières: Que choisir ?

La pils recule, les spéciales profitent de l'engouement du public, de plus en plus connaisseur. Et les sans alcool reviennent en force !

65 Snacks salés

Siles "noble nuts" progressent, les chips stagnent un peu. Les marques multiplient les sensations nouvelles pour déverrouiller le potentiel de croissance encore ouvert.

LES MÉTIERS

B7 Les échos du vin

Le bloc-notes de Patrick Fiévez.

LES MARQUES ONT LA PAROLE

23 Smurffit Kappa

47 PepsiCo

49 Battin

56 Diageo

80 Staci

82 Freedelity

88 AGENDA

Les rendez-vous des pros pour les semaines à venir.