

# FOOD BRAND TRUST, L'ALTERNATIVE À LA TV

Food Brand Trust c'est un seul et unique point d'entrée pour toucher 9 Français\* sur 10 grâce à l'alliance de 70 marques référentes (Femme Actuelle, Elle à Table, Top Santé...).

Print, digital, opérations spéciales, vidéo, social... choisissez vos formats, vos contextes et Food Brand Trust mettra tout en œuvre pour diffuser vos messages dans un environnement optimisé et sécurisé.

Les marques Andros et Quézac ont profité de l'efficacité de Food Brand Trust. **Testez vous aussi cette alternative à la TV 100% efficace et mesurée\*\* !**



“ La campagne a permis de gagner **32%** d'acheteurs additionnels. ”



“ Avec une augmentation de **+30%** de chiffre d'affaires, la campagne Food Brand Trust a davantage performé qu'une campagne TV (Moy. +22%). ”

## change.

“ Food Brand Trust, c'est un parfait équilibre entre la puissance, la pertinence du dispositif et la qualité des contextes pour toucher le consommateur. ”  
Patrick Mercier, CEO at Change

En savoir plus sur Food Brand Trust : [infos@foodbrandtrust.com](mailto:infos@foodbrandtrust.com)



### L'ÉVÈNEMENT

Communautés d'intérêts

### Insights

#### À VOS MARQUES

Stratégies marketing d'ici et d'ailleurs

#### CAS MARKETING

#1 Interflora : toujours vert malgré ses 71 printemps

#2 Sephora en fait toujours "Plus" pour les clients

#3 Tann's entre dans la cour des grands

#### LES 100 PREMIERS JOURS

Philippe Huyon, Data Protection Officer

### En couverture

#### RETAIL PHYSIQUE ET DIGITAL

À deux c'est mieux !

### Expertise

#### RÉUSSIR SA TRANSFORMATION "PHYGITALE"

Les conseils des huiles (essentielles) de l'UX !

#### UTILISER LA GAMIFICATION POUR ACQUÉRIR ET FIDÉLISER ?

Retail : entrez dans le game !

#### DIGITALISER SES COMMUNICATIONS PRINT

Laissez parler les petits papiers

#### REPRENDRE LA MAIN SUR LES DONNÉES CLIENT ?

Sweet sweet data !

#### DÉCLINER SA STRATÉGIE MAGASIN PAR MAGASIN ?

Adapter son marketing aux couleurs locales

#### IDÉES REÇUES

Le magasin n'est pas fait que pour vendre

#### PERSONNALISER PRODUITS ET EXPÉRIENCES ?

Et eux, et eux, et eux...

#### POUR QUELLES SOLUTIONS DE PAIEMENT OPTER ?

À vos cartes, prêts, payez !?

#### SORTIR DU LOT AVEC DES APPLICATIONS

La grande distribution fait la course aux apps

### Communauté

Le meilleur des événements de la sphère marketing passés et à venir

### Les mots de la fin

### BRANDVOICE

ETUDE AXIS/PSQS

**LE MAGASIN DU FUTUR, QUELLE EXPÉRIENCE CLIENT ATTENDENT VOS SHOPPERS ?**

10

18

22

30

28

52

56

58

62

66

72

74

76

76

86

90

## marketing

**Édition**  
160 bis, rue de Paris  
92645 Boulogne-Billancourt Cedex  
Pour envoyer un e-mail à votre correspondant,  
suivre le modèle : [slaquerre@editialis.fr](mailto:slaquerre@editialis.fr)  
P-DG ET DIRECTEUR DE LA PUBLICATION  
Pascal Chevalier

**DIRECTEUR GÉNÉRAL**  
Hervé Lenglard  
**ASSISTANTE DE DIRECTION**  
Sophie Laguerre (01 46 99 93 92)

**RÉDACTION**  
**RÉDACTRICE EN CHEF**  
Éloïse Cohen (01 46 99 93 87) [ecohen@editialis.fr](mailto:ecohen@editialis.fr)

**RÉDACTION**  
Dalila Bouaziz ([dbouaziz@editialis.fr](mailto:dbouaziz@editialis.fr)), Clément Fages ([cfages@editialis.fr](mailto:cfages@editialis.fr)), Stéphanie Marius (chef de rubrique, [smarius@editialis.fr](mailto:smarius@editialis.fr)), Floriane Salgues (chef de rubrique, [fsalgues@editialis.fr](mailto:fsalgues@editialis.fr))  
**RESPONSABLE DE LA PRODUCTION ET DE LA FABRICATION**  
Christophe Beluin  
**CONCEPTION GRAPHIQUE 2017**  
Catherine Saulais  
**RÉDACTEURS GRAPHISTES**  
Catherine Saulais, Anne Zeller et Paulin Dourde  
**COUVERTURE** Catherine Saulais  
**ONT PARTICIPÉ**  
Barbara Haddad, Barbara Prose, Amélie Riberolle (rédaction), Stéphane Miekisiak (ADN, SR), Camille Mathy (SR)  
**CRÉDITS PHOTOS** iStock/Getty

**PUBLICITÉ**  
**DIRECTEUR DU PÔLE MARKETING**  
Simon Leprat (01 41 31 72 41) [sleprat@editialis.fr](mailto:sleprat@editialis.fr)  
**DIRECTEUR DE CLIENTÈLE**  
William Stoppa (01 46 99 99 64) [wstoppa@editialis.fr](mailto:wstoppa@editialis.fr)  
**CHARGÉES DE TRAFIC**  
Margot Perez (01 46 99 99 60) [mperez@editialis.fr](mailto:mperez@editialis.fr),  
Asmae Boukhanfouf (01 41 31 72 43) [aboukhanfouf@editialis.fr](mailto:aboukhanfouf@editialis.fr),  
Corinne Rouyère (01 46 99 90 17) [crouyere@editialis.fr](mailto:crouyere@editialis.fr)

**MARKETING ET DIGITAL**  
**RESPONSABLE ACQUISITION / ABONNEMENT**  
Myriam Rachedi (01 46 99 93 90) [mrachedi@editialis.fr](mailto:mrachedi@editialis.fr)  
**RESPONSABLE DES PARTENARIATS**  
Gwennaëlle Chaigne (97 77) [gchaigne@editialis.fr](mailto:gchaigne@editialis.fr)

**ADMINISTRATION**  
Tél. : 01 46 99 93 93

**IMPRESSION**  
Léonce Deprez : 130, rue de Houchin, 62620 Ruitz

**TARIFS**  
Prix au numéro : France 8,50 €.  
**Abonnement 1 an. France métropolitaine**  
L'abonnement 1 an comprend le magazine en versions print et digitale accessible sur PC, tablettes et smartphones, la newsletter quotidienne et l'accès au site [emarketing.fr](http://emarketing.fr) pour 175 € (TVA 2,10 %). 7 numéros par an. Bimestriel.  
**Abonnement 1 an. Étudiant, DOM-TOM et étranger** : nous contacter.  
Marketing est édité par Éditions, SAS au capital de 136 000 €. Actionnaire NetMedia Group. N° ISSN 2273-7243.  
Numéro de commission paritaire 0619 T 84974  
Dépôt légal à parution  
Origine du papier : Hallsta, Suède  
Eutrophisation des eaux : 50 g  
Gaz à effet de serre : 969 kg

L'éditeur décline toute responsabilité en cas de perte, détérioration ou non retour des documents qui lui sont confiés. Il se réserve le droit de refuser toute demande d'insertion sans avoir à motiver son refus.



Cette entreprise a fait certifier sa chaîne de contrôle.  
[pefc-france.org](http://pefc-france.org)