Marketing MAGAZINE

éditialis

Éditialis 160 bis, rue de Paris
92645 Boulogne-Billancourt Cedex.
Fax Rédaction : 01 41 31 72 62.
Pour joindre votre correspondant, composez le 01 41 31, suivi des 4 chiffres entre parenthèses. Pour envoyer un e-mail à votre correspondant, suivre le modèle : ycouteux@editialis.fr

P-DG, DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Hervé Lenglart
• DIRECTEUR DÉLÉGUÉ EN CHARGE DU DÉVELOPPEMENT ET DE LA COORDINATION MÉDIAS
Edmond Espanel
• ASSISTANTE DE DIRECTION
Sophie Laguerre (01 46 99 93 92)
• DIRECTRICE DE LA RÉDACTION
Stéfanie Moge-Masson
• ASSISTANTE DE LA RÉDACTION
Yveline Couteux (72 66)
• RÉDACTRICE EN CHEF : Stéfanie Moge-Masson
RÉDACTION
Aurélie Baffert, Damien Grosset, Florence Guernalec, Aude Guesnon, Catherine Heurtebise (études), Émilie Kovacs, Stéphanie Marius et Amelle Nebia (distribution)
PRODUCTION
• RESPONSABLE DE LA PRODUCTION
Jean-François Lazennec
• FABRICATION ET SUIVI DE LA DIFFUSION
Christelle Chiaberto
• MAQUETTE
Marie Chesneau, Nathalie Erb, Catherine Saulais et Anne Zeller
Ont participé : Véronique Boulle (maquette), Marie Lejeune et Christine Monfort (rédaction) Hugues Serraf (rédaction en chef)
Couverture :
Photos : DR pour les photos non créditées
PUBLICITÉ – Fax : 01 46 99 81 52
• DIRECTEUR COMMERCIAL
Vincent Léonard (01 46 99 99 69)
• DIRECTRICE DU PÔLE MARKETING
Sophie Mazurel
• DIRECTRICE ADJOINTE DE PUBLICITÉ
Sylvie Rodrigues
• ÉQUIPE COMMERCIALE 01 46 99 99 64
• ASSISTANTE : Séverine Besson 01 46 99 99 60
INTERNET
• DIRECTEUR DU PÔLE
Laurent Dufaud (01 46 99 97 87)
MARKETING
• RESPONSABLE MARKETING
Marie-Emmanuelle Eyraud (72 58)
DIFFUSION
Tél. : 01 46 99 90 18 – Fax : 01 46 99 97 71
PARTENARIATS ET VENTES EN NOMBRE
• RESPONSABLE
Jean-Sébastien Rocheteau (72 44)
• CHARGÉE DE PROMOTION
Gwenaëlle Chaigne (97 77)
SERVICE CLIENTS ABONNEMENTS
Tél. : 01 40 94 22 22
PROMOTION/ÉVÉNEMENTS
Tél. : 01 46 99 99 74
• DIRECTEUR ÉVÉNEMENTS Xavier Mayeur
• CHEFS DE PROJET ÉVÉNEMENTS
A.-S. Alix (01 46 99 99 67) et A.-L. Rozan (97 74)
ADMINISTRATION
Tél. : 01 46 99 93 93 / Fax : 01 46 99 97 89
• DIRECTEUR FINANCIER ET RH
Marc Gommez
IMPRESSION : Léonce Deprez, Ruitz (62)
Tarifs Prix au numéro : France 8,50 €
Suisse 13,50 FS, Belgique 8,25 €.
Abonnement 1 an France métropolitaine
Marketing Magazine (le magazine, le hors-série annuel, la newsletter et le site emarketing.fr) : 98 € TTC (TVA 2,10 %). Abonnement étudiant, DOM-TOM et étranger : nous contacter.
Marketing Magazine est édité par Éditialis, SAS au capital de 136 000 €.
Actionnaire : Éditiabys.
N° ISSN : 1261-9515.
Numéro de commission paritaire : 0614 T 84974
Dépôt légal : à parution

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.
Ce numéro s'accompagne d'une surcouverture, d'un supplément médias, d'une lettre palmarès TMM 2013, d'un encart conférence Tendance E-Commerce 2013 et d'un encart jeté Hub Diffusion.

IMPRIM'VERT

OJD PRESSE PAYANTE Diffusion Certifiée 2011

PEFC 10-31-1244

Presse PRO
Association pour la promotion de la presse professionnelle



VEILLE

08 **Enquête**
LE QUATRIÈME ÂGE DÉRIDE LES
Société. À mesure que la France vieillit, le business du quatrième âge émerge. Domotique, services à la nouvelles technologies... Les marques se mettent de au service des plus de 75 ans. Mais elles ne parvienn à capter efficacement cette cible difficile à séduire.

14 **Décryptage**


LE POPULAIRE, ÇA ASSURE
Le populaire n'a jamais vraiment c Mais ce qui est partagé par le plus g est souvent dénigré. Récupéré par le populaire s'ancre dans notre quo une nostalgie du siècle dernier ou s'amuser avec des choses simples

16 **Perspectives**
- GfK décrypte les leviers du parcours d'achat
- Vous avez dit Zone de chalandise numérique ?

20 **Baromètres**
- IRI : les MDD sont toujours en baisse
- ZenithOptimedia : points de contact, le magasin monte en puissance
- Kantar Worldpanel : la consommation en légère
- MarketingScan : GMS, une croissance conjonct
- Nielsen : potages, les Européens font la grimac

27 **À suivre**
COMPARER L'EFFICACITÉ DES MÉCANIQUES DE PROMOTION


30 **Parole d'expert**
Des bienfaits de la déconnexion : éloge de l'e-mesure

Trends to
SPÉCIA "BRAA
32 Au-de touris un pa mouvement de marques lieu à des bo en scène de

Suivez l'info

SOMMAIRE



MARQUE

34 **Enquête**

PLATS CUISINÉS : LA CRISE DE FOI

Agroalimentaire. Les marques agro-alimentaires sont toutes ébranlées par l'affaire du horsegate. Mais la crise de confiance se transformera-t-elle en prise de conscience pour une nutrition raisonnée ? Probablement pas. Nos mémoires de consommateurs pressés sont comme celles des poissons rouges : courtes.

40 **Cas marketing**

- 51 ose le rosé
- Mondadori mise sur la diversification

LES TROPHÉES Marketing MAGAZINE 13



50 **Personnalité marketing**

DOMINIQUE SEAU, EMINENCE

52 **Catégories**

- Études
- Innovation médias
- Marketing digital
- Marketing relationnel
- Marketing événementiel
- Stratégie de marque

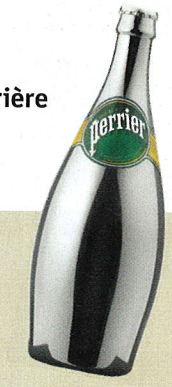
56 **People**

SOIRÉE EN IMAGES

MÉTIER

44 **RH**

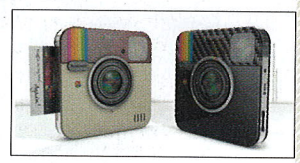
Un MBA pour booster ma carrière



Le point sur

LE PACKAGING, SIMPLE ET VRAI

59 Le packaging reste un puissant levier de développement. La simplicité, la naturalité et la pertinence du message prennent le pas sur l'esthétisme gratuit. En parallèle, l'écoconception s'impose progressivement.



64 **Le best of de Valtech**

L'ÈRE DE L'OBJET CONNECTÉ

68 **Enquête**

MARQUES DE LUXE : LE PRIVILÈGE D'ÊTRE CLIENT

Fidélité. Les maisons de luxe misent toujours sur l'excellence et des expériences d'exception pour fidéliser leurs clients. Mais, Internet oblige, elles doivent nourrir la curiosité de leurs admirateurs et engager une véritable conversation avec leurs fans.

74 **Indicateurs**

- TV : les Enfoirés font salle comble
- Radio : Net recul de l'automobile et des transports

78 : Agenda
79 : Vient de paraître
81 : Carrières

POUR VOUS ABONNER, RETROUVEZ-NOUS PAGE 47