

Veille 06

Enquête

Consommateur cherche bonnes affaires

Consommation Désormais décomplexé, l'achat malin se conjugue à tous les temps. Revendre pour acheter, recycler pour ne pas gaspiller, saisir les opportunités sur le Net ou en magasin, différer les achats en attendant les promotions... les Français rationalisent leurs achats. Leur credo: mieux ou moins consommer.

14 Décryptage Vers un bonheur naturel brut

De l'alimentation au cinéma, en passant par les nouveaux carburants, la nature reprend ses droits dans nos modes de vie. Signe, selon une récente étude, que l'hyperconsommation perd du terrain. Une aubaine pour les marques, qui n'hésitent plus à injecter du vert dans leurs produits.

16 Tendance Les Français face au scepticisme écologique

18 Perspectives La fin de l'enfant roi?



21 Baromètres Grande conso: une évolution toujours positive (Kantar Worldpanel) Consommation en GMS: en hausse vs 2009 (MarketingScan) Fromages: l'Allemagne n°1 en Europe (Nielsen)



Marque 30

Enquête

Digital La réponse des agences aux besoins des annonceurs

Profession Plus que jamais au cœur des préoccupations des marques, le digital remodèle en profondeur le marché de la communication. Pour autant, aucun modèle type d'agence ne semble émerger. L'abolition progressive de la frontière entre le on et le off line redistribue les cartes.



38

Entretien Fabien Grobon (Fédération française de tennis) Nouveaux licenciés, nouvelles gammes... tous les ans, la collection de produits Roland-Garros se construit et se renforce. Véhicules d'un mythe, ils s'inscrivent dans le cadre d'une vaste réflexion sur la marque, comme l'explique le directeur des partenariats et licences de la Fédération française de tennis.

43 Focus Médias Internet peaufine ses thématiques

Web Comme la presse, la TV et la radio avant lui, Internet segmente ses contenus pour répondre à des besoins précis. Le sport et le divertissement sont les plus demandés.



48 Événement Soirée de remise des Prix Impact 66

50 Cas marketing Paper Mate invite au voyage France-Soir joue son va-tout

55 Repères La clé des succès extraordinaires



Événement

Métier 57

Les 100 premiers Instituts d'Études Marketing et Opinion 2009

Études marketing Pour la 10^e année consécutive, *Marketing Magazine* publie le classement des 100 premiers instituts d'études marketing et opinion, selon leur chiffre d'affaires HT France. L'année 2009 aura enregistré un retournement de tendance marqué pour un secteur jusque-là relativement épargné. Sur ce marché en baisse, quelques instituts ont néanmoins tiré leur épingle du jeu.

75 Indicateurs BrAndBuy: Yaourts aux fruits 0% TV Médiamétrie Radio/SIRPP

80 Formation 81 Vient de paraître 82 Carrières



Au sommaire du prochain numéro
Résultats de l'Élection de l'Homme Marketing de l'Année et des Trophées de l'Innovation Marketing
Enquête Veille: 2010, année de la transmission
Focus Médias: Les médias féminins
Enquête Métier: Les études internationales

Il fallait y penser

Spécial Prix 28

Regard appuyé sur des marques qui proposent des expériences à la fois innovantes, pratiques et insolites, justifiant ainsi leur positionnement prix. Entre le mass premium et le low cost, un parti doit être pris.

