

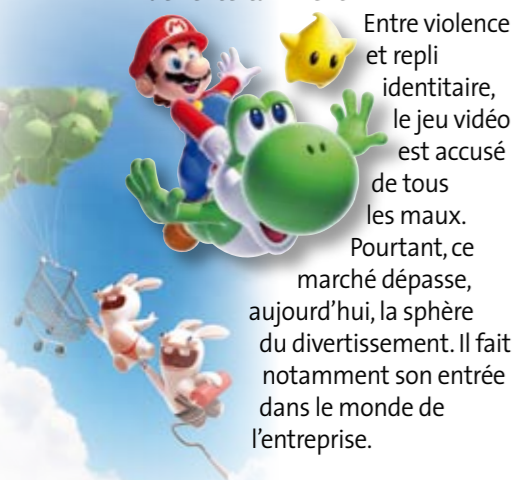
Veille 06

Enquête

Génération transmission

Société Le besoin compulsif de passer le relais semble enclenché. Volonté de laisser une trace, d'aider son prochain ou de partager ses connaissances... Les motivations sont nombreuses. À l'heure où le champ des éléments concernés par cette passation de pouvoir n'a jamais été aussi vaste, pas question de se priver de la possibilité de marquer l'histoire.

14 Décryptage Le jeu vidéo, au-delà de l'entertainment



Entre violence et repli identitaire, le jeu vidéo est accusé de tous les maux. Pourtant, ce marché dépasse, aujourd'hui, la sphère du divertissement. Il fait notamment son entrée dans le monde de l'entreprise.

16 Perspectives La grande consommation retrouve des couleurs Immobilier: les sites spécialisés s'affirment

21 Baromètres Grande conso: un bon premier trimestre (Kantar Worldpanel) Consommation en GMS: toujours à la hausse (MarketingScan) Déodorants: tous les voyants au vert (Nielsen)

24 Paroles d'experts Clients non rentables, quel traitement leur réserver?, par Michaël Haenlein, Frédéric Jallat et Andreas M. Kaplan (ESCP Europe) Vers un nouveau métier d'annonceur, par Hugues Pietrini (Club des Annonceurs) La communication intégrée, expertise de la décennie, par Éric de Rugy (Né Kid)

27 À suivre Le mécénat sort de son silence

Il fallait y penser 30

Spécial lien et bien

Deux plateformes interactives, un concept car high-tech, un gâteau à boire... : découvrez sept offres marketing qui amènent les consommateurs à manger, sentir, communiquer ou réfléchir. Quand les entreprises créent du lien en offrant un bien.



Marque 32

Enquête

Créer un nom de marque HIGH-TECH, un parcours délicat



Stratégie Trouver un nom porteur d'un point de vue marketing, libre de toute exploitation commerciale, en ".com" est devenu un vrai défi. Enquête sur les solutions

pour contourner l'encombrement tout en évitant les écueils juridiques.

61 Focus médias Femmes, on vous aime!

Cible Les femmes ont toujours fait les beaux jours de la presse magazine. La tendance se confirme et s'étend aujourd'hui au Web, qui chouchoute cette cible et lui consacre des espaces dédiés.



68 Cas marketing Hertz passe à l'offensive Réponse à Tout!, magazine anti-crise



Portrait d'enseigne

73 Franprix ancré dans la proximité De la rénovation de ses magasins à la refonte de ses sites web mobile et internet, l'enseigne toilette son image. L'objectif de Franprix: se rapprocher de ses clients.



76 Repères Ces marques qui gagnent

Métier 79

L'international, levier de croissance pour les instituts

Études Pour suivre leurs clients dans leur développement à l'international, les instituts d'études sortent de l'Hexagone. Rachats ou créations de sociétés, constitution de réseaux et acquisitions d'expertises se multiplient, notamment dans les pays émergents.

39 Le Palmarès LES TROPHÉES Marketing MAGAZINE 2010



42 L'Homme Marketing de l'Année 2010 46 Les Trophées par catégories

87 Indicateurs BrAndBuy: Eau gazeuse nature TV Médiamétrie Radio/SIRPP

- 92 Alerte Hors-médias
- 93 Formation
- 96 Revue de presse internationale
- 97 Vient de paraître
- 98 Carrières

Au sommaire du prochain numéro
Enquête Veille: Les nouveaux modes de consommation de l'information
Enquête Marque: Comment exister sur les réseaux sociaux?
Le Point Sur: Le search marketing
Enquête Métier: Les études en ligne