

Veille 06



Enquête

Le digital au chevet de l'imprimé

Médias Une culture de la gratuité, de jeunes lecteurs issus de la génération "digital native", des journaux trop chers... Les habitudes de lecture sont en pleine mutation. Un changement pris en compte par les éditeurs qui s'adaptent et affichent leurs ambitions sur la Toile. Avec l'appui de l'iPhone et de l'iPad qui leur permettent de renouveler l'offre.

14 Décryptage
Les marques font leur cinéma
De plus en plus de marques créent des films et miniséries pour le Web.



Cette discipline du storytelling, sous genre de l'advertainment, s'intègre dans l'ère du tout numérique et du brand content.

16 Tendance
Luxe et développement durable, un mariage de raison?
Facebook face à ses amis par Rémy Oudghiri (Ipsos)

20 Perspectives
Les internautes **enquêtent avant d'acheter** en ligne

22 Baromètres
Grande conso: toujours en progression (Kantar Worldpanel)
Consommation en GMS: encore à la hausse (MarketingScan)
Nettoyants ménagers, un marché qui stagne (Nielsen)

27 À suivre
Un **robot** qui fait de la pub, **nouvel outil** des agences?

Il fallait y penser

Spécial recette magique



Du tag... Du recyclage, du durable, du bénéfique pour la planète... De l'humain... De l'interactif... Du bon goût... Du customisable... Bref, tout ce qu'il faut aujourd'hui comme ingrédients pour réussir la recette magique du succès.

28

Marque 30

Enquête

Réseaux sociaux Les marques sous influence



Stratégie Des internautes influents et des plateformes qui pullulent, les réseaux sociaux sont incontournables pour les marques. Ces espaces peuvent leur permettre de réinventer le lien avec le consommateur.



36

Entretien Julie Thompson (Lancôme)
Sur le Web depuis 1997, Lancôme fait preuve, depuis toujours, d'une stratégie avant-gardiste. Dernière innovation, une application iPad, lancée fin mai. Au cœur de cette impulsion, Julie Thompson, vice-présidente du marketing digital.

41 Focus Médias le mobile, média à part entière

Marché 2010, l'année du média mobile? Essor des smartphones, mesure d'audience, réflexions sur le ROI... D'outil de communication, le mobile s'oriente vers une fonction média, même si le marché reste embryonnaire.

44 Cas marketing
Rochas cherche **égérie** sur Internet
Côte d'Or de Lu grignote le haut de gamme
La **révolution** parfum des **CrazySticks**
Ford: tout pour la **musique!**
KFC: le roi du poulet investit la Gaule
L'Agefi peaufine sa révolution digitale

Portrait d'enseigne

Pixmania: le high-tech sans frontières 55
L'enseigne compte sur le développement de son réseau "brick and mortar" à l'international et sur ses nombreux services pour maintenir son leadership.



59 Repères
Le digital canal-phare de la **relation client**

Métier 67

Enquête

Études en ligne: vers une sophistication des méthodes

Marché Les études on line s'affirment sur le marché, qui ne cesse de croître. Il répond aux attentes de rapidité et de flexibilité, le tout à un moindre coût, même si la professionnalisation du métier nécessite parfois de lourds investissements, notamment via le communautaire.

Le point sur

Search Engine Marketing, l'heure de la maturité



En dix ans, les liens sponsorisés se sont imposés comme l'arme publicitaire la plus efficace jamais inventée.

Cependant, après s'être précipités vers cet eldorado de la rentabilité, les acteurs du marché cherchent, aujourd'hui, à mieux optimiser leurs investissements.

61

75 Indicateurs
BrAndBuy: les **glaces en cornets**
TV Médiamétrie
Radio/SIRPP

80 Alerte Hors-médias
Grandes **marques** et petits **plats**

83 Formation
84 Regards sur l'international
86 Vient de paraître
88 Carrières



Au sommaire du prochain numéro
Enquête Veille: Le bien-être au travail
Enquête Marque: L'automobile de demain passe au vert
Enquête Métier: Les outils de fidélisation