

Veille 08



Enquête

Les ados ou la génération moi d'abord

Cible Hypersensibles, lucides, individualistes, exigeants... La complexité des ados ne cesse d'intriguer les parents comme les marques et apparaît tant dans leurs modes de vie que de consommation.

16 Décryptage

Le meuble est de retour !
La passion des Français pour la décoration d'intérieur ne se dément pas. Encore faut-il qu'ils se repèrent dans l'abondance des styles proposés.

18 Perspectives

Le CD est mort. **Vive le CD ?**
L'ordinateur continue de s'imposer dans les foyers français.

21 Baromètres

Grande conso : très bonne fin d'année 2006 (TNS Worldpanel).
Consommation en GMS : un pic en décembre (MarketingScan).
Cafés : l'Allemagne largement en tête (ACNielsen).

23 Paroles d'experts

Au Japon, même les chaînes de télévision ont une âme, par Thomas Jamet et Yves Simon (Reload/Publicis Groupe Média).
L'habit ne fait pas le moine, par Fabrice Peltier (P'référence).
Marque de confiance, par Georges Lewi (BEC-institute).

27 A suivre

2007 : l'année du **widget**.

Il fallait y penser

28 Spécial lieux
Après être repartie à l'attaque sur les produits et services, l'imagination se consacre maintenant aux lieux... de vente, d'exposition, de démonstrations. N'oubliez pas que, au 3^e millénaire, celui qui saura maîtriser tous les types de lieux, y compris le Web 2.0, maîtrisera le jeu.



Événement 31 Élection de l'Homme Marketing de l'Année 2007

Prix Dans le cadre de ses 3^e Trophées, Marketing Magazine organise l'élection de l'Homme Marketing de l'Année 2007. La rédaction a sélectionné dix personnalités. A vous de choisir.

Enquête

Marque 42

Ces marques qui contournent la pub

Stratégie Pour les marques, la publicité paraît incontournable. Et pourtant, certaines d'entre elles arrivent à grignoter des parts de marché, avec peu, voire pas, de pub.



Entretien

Danone a enfin officialisé le lancement d'Essensis, son yaourt beauté. **Véronique Penchienati**, directrice générale marketing France de Danone, revient sur le positionnement de ce produit et sur ses bénéfiques consommateurs.



51 Focus médias

La distribution s'offre une vitrine en TV

Publicité Ils sont venus, ils sont tous là, ou presque, et le marché peut enfin passer du virtuel au réel ! Attendus de pied ferme par la TV comme par ses médias concurrents, les distributeurs n'ont pas manqué le rendez-vous du 1^{er} janvier dernier. S'il est encore trop tôt pour en mesurer l'impact, chacun commence déjà à faire ses comptes.

58 Cas marketing

Pierre & Vacances-Maeva, deux visions des vacances. Pour ses 25 ans, **Marie** se refait une beauté. Des lancements tous azimuts chez **Coty**.

64 Repères

Ségolène Royal-Nicolas Sarkozy : quels imaginaires de "marque" ?

Au sommaire du prochain numéro
Parution le 21 mars 2007

Le point sur : Fidélisation et nouvelles technologies.

Focus médias : le bilan de la TNT.

Enquête métier : les dotations.

Enquête

Métier 67

Les études à l'international, un vrai savoir-faire

Profession Vrai moteur de croissance pour les sociétés d'études, l'international est aussi une expertise qui demande des efforts constants et une vraie stratégie.

Portrait d'enseigne

61 L'Occitane exporte la Provence

Créée il y a 30 ans par un étudiant, l'enseigne est devenue une entreprise internationale grâce à des produits naturels qui fleurissent bon la garrigue. So French !



Illustration de couverture : Kiziah

72 Vie des conseils
OpinionWay lance un Observatoire des riches Chinois. **TNS WorldPanel** continue d'innover.

73 Indicateurs
BrandBuy : **Céréales**.
TV Médiamétrie.
Radio/SIRPP.

78 Alerte
Bars, musique et culture au programme.

79 Vient de paraître

80 Formation

82 Carrières