

mer 15/03/2023 - 17:01



Le 20 mars prochain, le printemps revient dans nos vies. Mais qui dit changement de saison, dit souvent un renouveau. Marketing Magazine (NetMedia Group) a saisi l'occasion pour se transformer avec son arrivée.

Après quasiment 30 ans d'activité, le titre doté dorénavant de 84 pages qui décrypte les révolutions de l'univers des marques, du marketing et des médias, adopte une nouvelle formule et une nouvelle périodicité (quatre numéros par an). Parmi les nouveautés, la maquette a été totalement renouvelée - en se voulant plus moderne, épurée, graphique – et de nouvelles rubriques s'ajoutent comme La Crème des créas (le top 3 des campagnes médias du trimestre plébiscitées par les lecteurs de son site internet) et davantage d'interviews. Un entretien média et une rencontre inspiration s'ajoutent à l'interview d'un responsable marketing ou d'un DG.

La nouvelle formule (codification 02175 ; prix : 8,5 euros) a deux ambitions : "apporter une veille sur les grandes tendances en France et à l'international, mais aussi vous inspirer au quotidien !", selon Martine Fuxa, directrice de la rédaction dans son édito.

Pour ce mois de mars, la rédaction a concocté un sommaire pluriel. Il rassemble à la fois un dossier sur les nouveaux codes de l'influence, une enquête sur l'esport et le gaming, l'interview média de Corinne Mrejen, la directrice générale du pôle partenaires et chief impact officer du groupe Les Echos-Le Parisien, des décryptages, un entretien avec la directrice générale de L'Oréal France, Céline Brucker ou encore un article management sur les solutions d'enseignement pour se former au marketing durable.

Union Presse - 16 place de la République 75010 Paris - Tél : 01 42 40 27 15