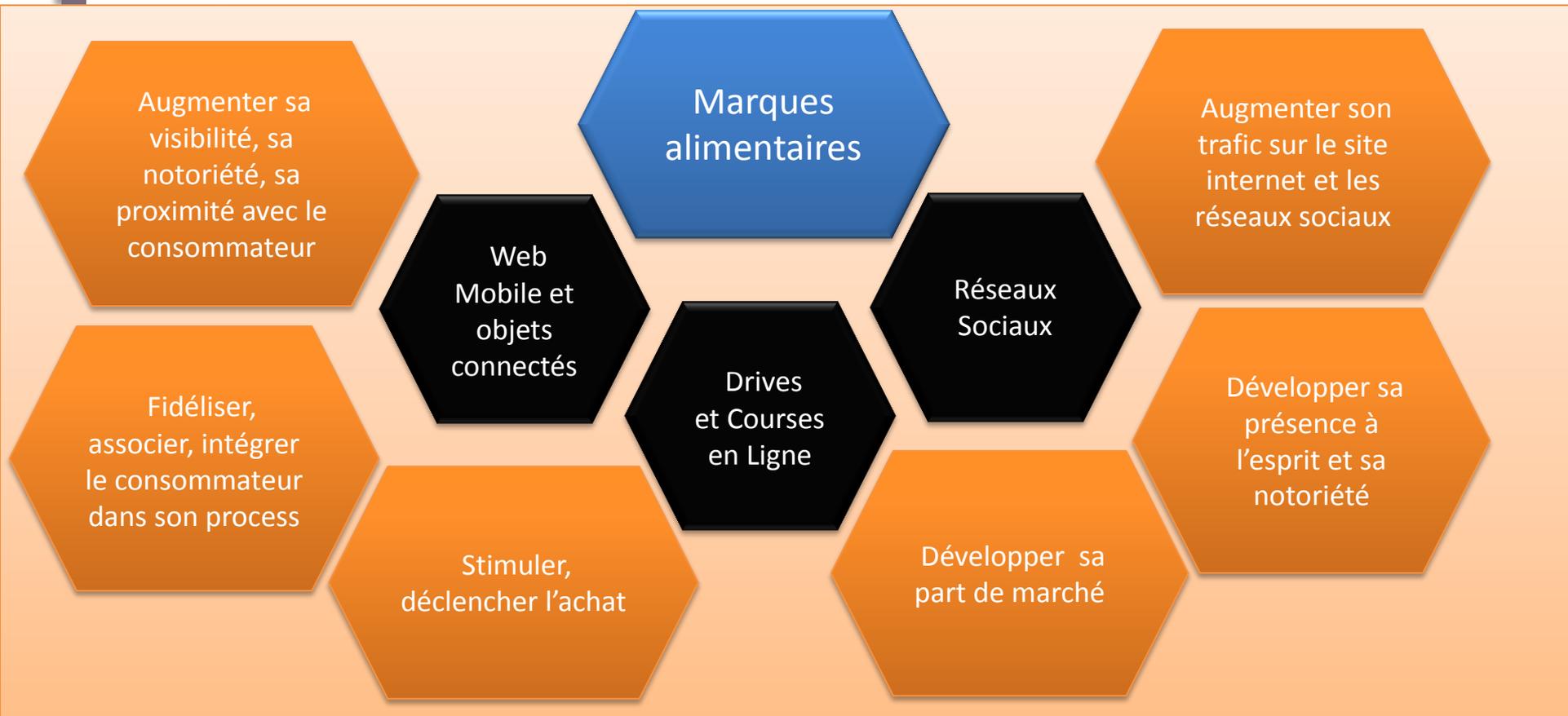


## •Les enjeux d'une présence digitale



No digital, No business ! Tous les enjeux de la stratégie marketing et commerciale des marques alimentaires prennent désormais une dimension digitale. Sites internet, réseaux sociaux, applications sur smartphone et objets connectés constituent un formidable amplificateur des actions marketing traditionnelles d'innovation, promotions, communication... Les budgets de communication doivent muter vers le digital.