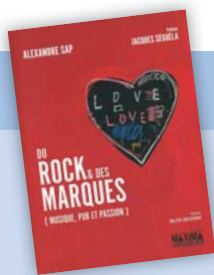


La génération Y dans l'entreprise,

par Chantal Morley, Marie Bia

Figueiredo, Emmanuel Baudoin et Aline Hrasincin Salierno.

- La «génération Y» vient d'entrer dans le *Robert* mais qui est-elle réellement et quelle est sa place dans l'entreprise?



Du rock & des marques,

par Alexandre Sap.

- Comment intégrer la musique au cœur de la stratégie de communication des marques et en faire le vecteur essentiel de leur image ?
Maxima Laurent du Mesnil éditeur, 174 pages, 24,80 €.



De la marque au branding,

par Benoît Héry

et Monique Wahlen.

- La marque ne doit plus être cantonnée au corporate pour devenir une activité transversale. Cap sur le cloud-branding.
Dunod, 248 pages, 25 €.



Ces emballages qui changent nos vies, des années 50 à demain,

par Anne-Marie Sargueil et Jean Watin-Augouard.

- À l'occasion des 40 ans du Salon de l'emballage, un tour d'horizon à travers quelque soixante marques et leur packaging rupturiste.
Institut français du design, 180 pages, 39 €.



Luxe et licences de marque,

par Stéphane Lacroix et Emilie Bénéteau.

- En quoi la licence est-elle un outil de développement de marque et jusqu'où une marque peut-elle aller sans perdre son âme ?
Eyrolles, 174 pages, 24 €.



Biface, un itinéraire de passions,

par Claude Douce.

- Figure incontournable du monde publicitaire, fondateur de l'agence Béliet, ancien patron de McCann, Claude Douce raconte ses créations gravées dans notre imaginaire, le «bébé Lotus, Nespresso, Oasis... Biface, car il est aussi créateur d'un musée préhistorique riche de quelques 500 000 pièces.
Éditions PC, 256 pages, 19 €.



Kids marketing,

par Joël Brée.

- Cette deuxième édition s'enrichit de sujets nouveaux, Internet, le packaging, le marketing social et le marketing des arts et de la culture.
Éditions EMS, 544 pages, 39,50 €.



Tout savoir sur... 50 réponses aux questions

que vous n'osez même pas poser !

par Philippe Cahen.

- Avons-nous encore faim de consommation ? Comment ne pas consommer de CO₂ ? Quels leviers pour un retour de l'industrie en France ?...
Éditions Kawa, 130 pages, 24,97 €.



Les plus grands créateurs de mode, de Coco Chanel à Jean Paul Gaultier,

par Noël Palomo-Lovinski.

- L'histoire de la mode, analysée à travers les grands couturiers et leurs influences réciproques.
Eyrolles, 192 pages, 29,90 €.