



### Drôles de pubs

- De la Belle Époque aux années 1980, quelque 150 pubs, miroirs de l'évolution des mœurs à travers onze chapitres, quand la loi Évin et l'Autorité de régulation professionnelle n'existaient pas. On recommandait alors de boire un petit verre avant de conduire, de fouetter Babette grâce à Candia. Humour et mauvais goût à déguster... Larousse, 160 pages, 12,90 €.



### ...Le retail aux États-Unis

par Frank Rosenthal.

- Fruit d'une enquête de quatre ans, portant sur quinze voyages et neuf cents visites en magasin, Frank Rosenthal nous propose une plongée au cœur des États-Unis, dans ce pays où le commerce est roi. Quelles sont les spécificités, les atouts du leader mondial du commerce ? Quelles sont les pratiques transposables ? Collection « Tout savoir sur... », éditions Kawa, 294 pages, 33,95 €.



### Pour un autre marketing, les leçons d'une alliance Apple-Hermès

par Dominique Cuvillier.

- Connaissez-vous le *Brand Wedding* ? À l'heure où les entreprises semblent, pour certaines, en panne d'idées pour innover, Dominique Cuvillier leur propose le « mariage de marque », non pas consanguin – entre marques du même secteur – mais mixte, avec comme cas d'école Apple et Hermès. Ouvrez les bans... Maxima-Laurent du Mesnil éditeur, 136 pages, 19,80 €.

### Sous le sceau de la marque

par Odilon Cabat.

- À ceux qui souhaitent une analyse de la marque des plus pertinentes, ce livre est recommandé. Il l'est par l'étude des fonctions idéologiques de la marque dans leur rapport aux signes et, également, par le regard qu'un sémiologue porte sur la communication de la marque. Il s'agit donc d'un ouvrage de référence. L'Harmattan, 190 pages, 19 €.



### La pub est morte.

#### Vive la communication

par Édouard Rencker.

- Elle nous manipule, elle nous cache la réalité, elle abuse de nous. Elle, c'est la publicité bien sûr ! L'infobésité nous menace. Aussi, Édouard Rencker nous propose-t-il de sauver « le soldat communication » sous peine d'un « divorce grave entre l'entreprise et ses publics ». Le mot communication n'a-t-il pas pour étymologie « mettre en commun », « être en relation avec » ? L'Archipel, 220 pages, 19,95 €.



### ...Oui, la communication est efficace, 20 ans d'expérience EFFIE

par Luc Basier.

- Dans la collection « Tout savoir sur... », Luc Basier analyse, à travers vingt ans de prix Effie, ce qui fait le succès d'une campagne publicitaire. À l'heure où la publicité, comme le confirment les enquêtes annuelles de l'agence Australie, ne semble plus séduire les consommateurs, ce livre donne des raisons d'espérer qu'elle sera néanmoins demain toujours efficace et... bonne à voir. Collection « Tout savoir sur... », éditions Kawa, 226 pages, 29,98 €.

