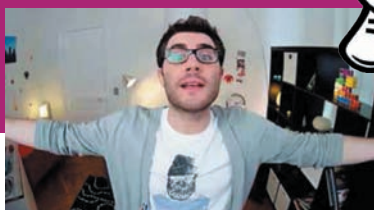




page 12)



page 29)



page 36)

NUMÉRO 85

(sommaire



page 60)



page 80)

SAGA page 39)

la revue des **MARQUES**

Marques et générations

Editorial

par Olivier Desforges

Sociologie

Générations... Opportunités et enjeux pour les marques

par Margaret Josion-Portail

Stratégie

Marketing alimentaire, l'enfant roi ?

pas tout le temps !

entretien avec Frédéric Vey

You talkin' to me ?

par Jean-Marc Lehu

Étude

Femmes : nouvelles stratégies de consommation

par Muriel Rafatin

Un média ne chasse pas l'autre

par Valérie Morrisson

Communication

Les séniors, un remède à la crise

par Frédérique Aribaud

Nous inventerons encore de nouveaux langages

entretien avec Vincent Leclabart

Le *namings*, à part entière

par Morgane Lebrun

Voici venu le temps des mascottes

par Jean-Claude Boulay

Saga

Carambar tient bon la barre depuis soixante ans

par Jean Watin-Augouard

3

Marketing

La pédagogie par le succès

par Jean Watin-Augouard

6

Génération G comme générosité ?

par Gabriel Bruckler

12

Cas d'école

Pétrole Hahn, parce que les hommes le méritent bien

par Jean Watin-Augouard

16

Caddie, un nom hors du commun

par Jean Watin-Augouard

20

Handy Bag, plus d'un tour dans son sac

par Jean Watin-Augouard

23

Juridique

La propriété intellectuelle, passage obligé

par Delphine Sarfati

26

Générations de marques

par Marie Ehret

29

À chaque génération, ses marques

par Carole Debuchy

32

Marque patronymique, le créateur et la marque

par Laurent Barissat

36

Livres

39

51

55

58

60

65

70

74

76

80

84

86

prochain numéro : avril 2014

Marques et management