



la revue des MARQUES

Marques et réputation

Editorial

par Olivier Desforges

Stratégie

De la réputation à l'e-réputation, les enjeux
par Loïc Bodin

La réputation, terreau de la marque
entretien avec Charles de La Rochefoucauld

Bienheureuses crises !
entretien avec Emmanuelle Tran

Communication

La conversation de marque, une opportunité ?
par Andria Andriuzzi

Réputation et savoir-faire
par Gilles Frayssé

Faire rimer santé et humanité
par Éric Phélippeau et Alexandre Bruère

Études

Réputation et e-réputation, deux notions différentes
par Vincent Dutot

Le secret des marques irrésistibles
par Fabrice Billard

« Mesurer » plutôt que seulement « compter »
par Laurent Florès

Saga

Cœur de Lion, une marque faite à cœur
par Jean Watin-Augouard

3 Études

L'humanité de la marque, nouvel enjeu
entretien avec Sandrine Raffin

6

Réel et virtuel, un seul et même monde
par Luc Basier

10

Cas d'école
Amora, pour tous les goûts
par Benoît Jullien

14

IBM, pour un monde meilleur
entretien avec Constance Bordes

18

Marketing
L'empreinte digitale et ses pollutions
par Amirhossein Malekzadeh

22

La « réinternalisation intelligente »
par Thierry Maillet

25

Le fruit des dieux
honoré par un Salon depuis vingt ans
entretien avec Sylvie Douce

28

Juridique

Le sondage, un élément de preuve de référence
par Vanessa Delnaud-Robine et Isabelle Leroux

32

La contrefaçon, atteinte à la réputation
entretien avec Delphine Sarfati-Sobreira

36

Livres

par Jean Watin-Augouard

41

51

54

60

64

68

72

74

77

81

86

Prochain numéro : janvier 2015

Marques et RSE