

livres

PAR JEAN WATIN-AUGOUARD



● “C’est une vache, elle rit” retrace l’histoire de la marque fondatrice du groupe Bel en illustrant ses différentes facettes, historique, familiale, artistique, technique, économique, internationale.

C’est une vache, elle rit, par Gilles de Bure, Editions Nicolas Chaudun, 192 pages, 35 euros.

● Point commun entre Alain Afflelou, Arena, Cristaline, Jouet Club, Labeyrie, Négrita, Oxbow, Pulco, Rozès et bien d’autres ? Ces marques sont nées dans la région Aquitaine, comme le décrit dans un beau livre, richement illustré, Olivier Londeix. **Les Marques d’Aquitaine**, par Olivier Londeix, Editions Sud Ouest, 140 pages, 24,90 euros.

● 74 000 nouvelles marques françaises déposées à l’INPI en 2007 ainsi que 88 000 marques communautaires et 6 000 marques internationales. Un guide pratique pour défendre les marques en fonction du marché.

Protéger sa marque, par Catherine Girard, Editions Francis Lefebvre, 408 pages, 65 euros.

● Sous la direction de Jean-Jacques Urvoy, une nouvelle collection “Design et Marques” chez Eyrolles.

Créer un logotype par Jean-Jacques Urvoy et Pierre-Emmanuel Fardin, 96 pages, 19 euros.

Créer un nom de marque, par Catherine Lalanne-Gobet, 160 pages, 19 euros.

● Les marques n’ont pas d’autre choix que de faire preuve de courage marketing si elles ne veulent pas disparaître. Elles doivent se remettre en question et se réinventer.

La Stratégie du courage, par Patrick Mercier, Editions Eyrolles, 284 pages, 24 euros.

● A l’heure où L’Oréal fête son centenaire, les racines du succès du premier groupe de cosmétique mondial.

Le Modèle L’Oréal, les stratégies clés d’une multinationale française par Béatrice Collin et Daniel Rouach, Edition Pearson, 148 pages, 19 euros.

● Un guide de référence pour tous les communicants qui veulent mettre plus de responsabilité sociale et environnementale dans leurs métiers.

La Communication responsable par Alice Audouin, Anne Courtois et Agnès Rambaud-Paquin, Edition Eyrolles, 240 pages, 24 euros.

● Les valeurs, effet de mode ou ressource durable ?

Les Valeurs, par Thierry Wellhoff, Editions Eyrolles, 200 pages, 24 euros.