

● You'titude, homme care, g naissance, virtur alit ... comp-
tent au nombre des cent tendances qui feront partie de notre
quotidien. **100 tendances d'aujourd'hui pour demain**, par
Dominique Cuvillier, Edition Chêne, 192 pages, 19,90 à.

● Comment faire la lumière sur une pratique souvent mâcon-
nue : la création typographique, marqueur identitaire fort
pour les marques. **Typographie pour les marques** par Seenk/
Clément Derock et Frédéric Lalande, Eyrolles, 288 pages, 38 à.

● Loin d'être une discipline de l'aliénation, le marketing s'est
développé depuis le milieu du XIX  siècle comme le meilleur
garant du ciment des sociétés démocratiques.

Le marketing et son histoire ou le mythe de Sisyphe réinventé,
par Thierry Maillet, Editions Pocket, 380 pages, 10 à.

● Pourquoi le design est devenu chose trop importante pour
rester entre les mains des designers. **L'esprit design** par Tim
Brown, Pearson, 264 pages, 24 à.

● Comment articuler les indications géographiques avec
d'autres signes distinctifs ? **Les indications géographiques
et le système de la marque communautaire**, par Benjamin
Fontaine, Egyp, 176 pages, 40 à.

● Comment mettre en place des processus d'innovation
quand les structures organisationnelles tendent plutôt vers
la routine ? **Manager la créativité**, par Thomas Paris, Pearson,
208 pages, 22 à.



● Le jeu du logo et des marques

Adapté d'un jeu anglais pour son mécanisme, *Le jeu du logo et des marques*, commercialisé par Lansay, propose près de 1 600 questions réunies dans trois séries de cartes, illus-
tr es, thématiques et aléatoires, portant sur les marques
françaises et internationales, leur logo, leur histoire, leurs
produits, leur communication. Les cartes et questions ont
 t  conçues par Jean Watin-Augouard.

