

● **Soyez « in » pour l'automne-hiver 2007.** Les « tendanceurs » ont encore frappé. En l'occurrence le cabinet de style Carlin International, qui présente les nouvelles tendances de la mode pour cet automne-hiver, et surtout les deux grands courants communautaires à ne pas rater



cette rentrée. Il s'agit en l'espèce des New Goths et

des New Ravers. Les premiers s'inspirent du groupe allemand Tokio Hotel (photo), genre de gothiques un peu moins sombres. Les seconds réinterprètent à leur manière les années quatre-vingt tendance électro-rock, avec jeans fluo et casque géant sur les oreilles.

En savoir +

> www.carlin-groupe.com

● **Les Chinois rêvent de France.** Si le « made in China » inquiète (lire *Stratégies* n° 1466), le tourisme chinois, lui, fait moins peur. Les professionnels du secteur peuvent être satisfaits: selon une étude de TNS Sofres, les candidats au voyage en provenance de l'Empire du Milieu font les yeux doux au Vieux Continent. Après notamment Hongkong, Macao, Singapour et la Thaïlande, l'Europe est la destination probable de 23% des Chinois pour leurs vacances des 12 prochains mois. Et plus de 50% ont l'intention de visiter cette partie du monde un jour ou l'autre. Enfin, la France est la première destination rêvée des Chinois (62%) devant la Suisse (58%), la Grèce (56%) et l'Italie (55%).

En savoir +

> www.tns-sofres.com

● **Nouvelle donne pour la pub.** Le débat est pour le moins d'actualité: les relations entre agences et annonceurs sont toujours aussi problématiques.

C'est cette crise relationnelle que Patrick Lecercle, président de l'agence Momentum (McCann) et ancien directeur



général de JWT et Young & Rubicam, a décidé d'aborder dans un ouvrage intitulé *Pub New Deal, pour un nouveau partenariat entre agences et annonceurs face à un marketing en mutation* (Éditions Ophrys, 340 pages, 22 euros). Il analyse les raisons de cette crise et surtout présente des pistes pour un nouveau partenariat entre les deux protagonistes.

En savoir +

> www.ophrys.fr

● **La pub au pilori.** Naomi Klein et son célébritissime ouvrage *No Logo* n'en finissent pas de faire des émules. Dernier en date: la journaliste Viviane Malher. L'auteur d'*Ados, comment on vous manipule*, en 2005, récidive avec *Souriez, vous êtes ciblés, la grande manipulation des consommateurs*, à paraître chez Albin Michel début octobre. Elle y décrit par le menu toutes les techniques et recettes marketing: le monde des études vu à la *Big Brother*, le marketing de l'apparence à l'assaut des ados, le buzz ou la pub masquée, les marques qui font de l'entrisme à l'école, etc.

En savoir +

> www.albinmichel.fr

● **Des vœux par CD.** L'incontournable période des vœux approchant (mieux vaut être prévoyant!), les nouvelles idées sont toujours bonnes à prendre. Le site Disquedevoeux.com propose un produit original: un CD à la carte et personnalisable. On peut choisir le format classique (CD présenté en carte, pochette ou boîtier) ou une version spéciale (clé USB, lecteur MP3, etc.). L'entreprise peut également sélectionner le visuel de son choix en y intégrant un logo et du texte. Enfin, elle peut faire sa propre sélection musicale parmi plusieurs centaines de titres de tous les styles. Le tout pour un prix somme toute abordable: entre 1 euro et 8,50 euros selon les options.

En savoir +

> www.disquedevoeux.com

