

Veille

● Plus de cadeaux, moins de fête à Noël.

Le budget de Noël des Français devrait être marqué par de nouveaux arbitrages, selon une étude de Deloitte sur les intentions d'achat de cette fin d'année. Ceux-ci dépenseraient davantage en cadeaux (onze pièces en moyenne au pied du sapin, représentant 550 euros), mais moins en repas et en divertissements. Les CD et DVD restent les produits les plus offerts, mais les chèques-cadeaux, en papier ou électroniques, devraient faire une percée notable: ils sont au troisième rang des présents les plus désirés. Les clients démarrent leurs achats dès novembre pour éviter l'affluence (61%), les queues (32%) et les ruptures de stock (34%). Cette année, six Français sur dix achèteront au moins une fois des produits sur le Web, où l'on va «trouver des idées»: le manque d'idées innovantes est un souci pour 32% des Français.

En savoir +

> www.rp-net.com/online/file-link/158/141106%20ETUDE%20DE%20NOEL%202006.pdf

● **Devis express.** Un mailing à envoyer, une étude marketing à mener, une opération de télémarketing à monter, un site Internet à concevoir, voire une agence-conseil en communication à dénicher? Le site Devispresto.com propose aux particuliers et aux entreprises souhaitant se faciliter la vie un service permettant d'obtenir rapidement des devis et de les comparer. Après avoir déposé gratuitement sa demande, on reçoit des offres de devis des prestataires intéressés, préalablement référencés par le site, contre une participation de 95 euros HT par an. L'initiative revient à deux jeunes entrepreneurs: Damien Mann, ancien cadre d'une société d'ingénierie aux États-Unis puis en



Inde, et Émeline Garnier, passée aussi par ces deux pays, mais de formation plus marketing.

En savoir +

> www.devispresto.com



● Développement durable, au cas par cas.

Concilier protection de l'environnement, responsabilité sociale et performance économique n'est pas une mince affaire. Et pourtant, la lame de fond du développement durable ne laisse plus guère de choix aux entreprises. *Le développement durable au cœur de l'entreprise - Pour une approche transverse du développement durable* (Éditions Dunod, 264 pages, 24 euros), ouvrage collectif coordonné par Emmanuelle Reynaud, professeur à l'Institut d'administration des entreprises d'Aix-en-Provence, ambitionne de leur donner quelques outils en la matière. Les auteurs y abordent les problématiques propres à chaque grande fonction de l'entreprise: marketing, RH, comptabilité, finance et vision stratégique.

En savoir +

> www.dunod.com



● Agréables mensonges.

« J'ai menti lorsque j'ai donné son titre à ce livre. Les marketeurs ne sont pas des menteurs. Juste des conteurs d'histoires auxquelles les consommateurs ont choisi de croire. » Seth Godin, auteur célèbre dans le monde du marketing pour avoir publié entre autres *Permission marketing*, *Vache pourpre* et *Marketing viral*, analyse dans *Tous les marketeurs sont des menteurs* (Éditions Maxima, 176 pages, 24,80 euros) l'intérêt de réfléchir à l'histoire d'un produit ou d'une marque, avant toute chose. Préfacé par Éric Lavollé, président de l'agence de marketing services Yin Partners, ce livre montre combien d'habiles histoires expliquent bien des réussites en marketing.

En savoir +

> www.maxima.fr