

SOMMAIRE

Remerciements	p. 11
Avant-propos	p. 13
Préface par Luc Suykens	p. 16
Introduction : L'ère des grandes transformations	p. 21
Partie I : L'essence de la publicité aujourd'hui	p. 31
Chapitre 1 : Comment la publicité agit-elle concrètement ?	p. 33
Chapitre 2 : L'écosystème publicitaire	p. 47
Chapitre 3 : La Reine Créativité	p. 61
Chapitre 4 : Les consommateurs dans le rôle des publicitaires	p. 73
Partie II : À la recherche de nouveaux équilibres	p. 85
Chapitre 5 : USP ou ESP ?	p. 87
Chapitre 6 : Monde ou village?	p. 97
Chapitre 7 : Conscience ou porte-monnaie?	p. 113
Chapitre 8 : L'ancien ou le nouveau ?	p. 127
Partie III : Décompte final	p. 139
Chapitre 9 : Publicité et ROI	p. 141
Chapitre 10 : Le nouveau capitalisme	p. 155
Conclusion : La publicité est morte, vive la publicité	p. 169
Annexe : 10 Effies sous un nouvel éclairage	p. 177
Annexe : Sources	p. 181