

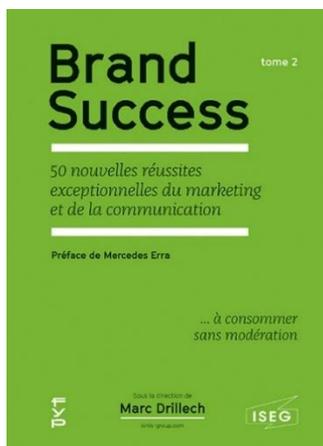
## **Brand Success, tome 2** **50 nouveaux cas de référence du marketing et de la communication**

Les marques Nintendo, IKEA ou encore Netflix sont parvenues à nouer des relations pérennes avec leurs consommateurs. Quels sont les challenges auxquels elles ont dû faire face pour se construire une telle réputation ? Découvrez-le dans *Brand Success* tome 2 qui sortira le 18 octobre 2019...



... en attendant, retrouvez [les 4 vidéos teasers](#).

Fort du succès rencontré suite à la publication du premier ouvrage en 2016, Marc Drillech, directeur général du premier groupe d'enseignement supérieur privé [IONIS Education Group](#), annonce la sortie du second tome aux éditions [Fyp](#), en cette rentrée 2019. Ancien dirigeant de Publicis et enseignant depuis de nombreuses années, il met en lumière **50 réussites exceptionnelles du marketing et de la communication** qui ont su perdurer et s'ancrer dans le quotidien de chacun. Il explique : « Une réussite dans un domaine et à une période particulière peut nourrir la réflexion et apporter des enseignements qui permettront de mieux développer ses marques, ses sites marchands, ses projets ». L'opportunité donc d'éveiller la curiosité des étudiants des écoles de communication et de marketing (dont l'[ISEG](#), école membre du Groupe IONIS et co-responsable de l'ouvrage) et de rappeler aux professionnels que l'audace s'avère très souvent payante.



Les grandes réussites ayant en commun de permettre à tous de tirer des leçons utiles de marques ou d'institutions qui ne se situent pas uniquement dans le présent, ce livre a été pensé comme un réel support d'accompagnement pédagogique. À cette occasion, Marc Drillech a fait appel à l'expertise de Mercedes Erra, présidente exécutive d'Havas Worldwide et fondatrice de BETC pour signer la préface de ce tome 2. Figure incontournable des secteurs de la communication et de la publicité depuis près de 40 ans, elle en profite pour offrir un regard avisé sur ces marques d'aujourd'hui et de demain. Elle précise : « Ce livre, avec ces cas édifiants, relève donc pour moi d'une saine curiosité, si nécessaire dans notre métier. Il se situe aux confins de la théorie et de la pratique, là où une idée a le pouvoir de réduire une problématique sophistiquée en évidence. Nul doute qu'avec cet ouvrage la complexité de la communication s'efface derrière la concrétude des cas et que les passionnés du marketing s'en trouveront éclairés ».

Le livre est disponible sur [Fyp Editions](#), [Amazon](#) ou encore le site de la [Fnac](#).

[Découvrez les 50 réussites :](#)

**Always**, *Like a Girl*  
**American Legacy**, *The Truth*  
**American Express**, *Small Business Saturday*  
**Apple**, *Get a Mac*  
**Asos**, *Le règne de l'influence*  
**Avenir**, « Myriam »  
**Benetton**, *Du suramour au désamour*  
**Blackglama**, *What Becomes a Legend Most?*  
**Budweiser**, *Whassup*  
**« C'est qui le patron ?! »**, *Transformer l'achat en acte militant*  
**Daft Punk**, *Du neuf avec du vieux*  
**Dim**, *La liberté chevillée au corps*  
**Dos Equis**, *The Most Interesting Man in the World*  
**Dyson**, *Le nouvel ingénieur*  
**Energizer**, *Le lapin survolté*  
**Géant Vert**,  *Icône mondiale*  
**Gillette**, *La perfection au masculin*  
**GoPro**, *L'avènement du marketing communautaire*  
**Guinness Book**, *Un record à lui tout seul*  
**H&M**, *Reine de la collection capsule*  
**IBM**, *Smart Ideas for Smarter Cities*  
**Ice Bucket Challenge**, *Une mobilisation inattendue*  
**IKEA**, *La designocratie*  
**Kenzo**, *Démolir les codes avec style*  
**Kit Kat**, *La pause tranquille*

**Kylie Cosmetics**, *De la télé-réalité à un empire de la beauté*  
**L'Oréal**, *Because I'm Worth It*  
**Lacoste**, *Entre héritage et modernité*  
**E.Leclerc**, *Le parti-pis*  
**Lego**, *La brique, c'est chic*  
**Levi's**, *L'icône qui traverse le temps*  
**Lidl**, *Le repositionnement*  
**Louboutin**, *Le rouge lui va si bien*  
**M&M's**, *Les personnages plus que les produits*  
**Métro de Melbourne**, *Dumb Ways to Die*  
**Michel et Augustin**, *Les entrepreneurs guérilleros*  
**Netflix**, *L'art de ne jamais rembobiner*  
**Nintendo**, *Mario, le tube du plombier*  
**Obama 2008**, « Yes, We Can »  
**Patagonia**, *La démarche environnementaliste*  
**Perrier**, *Un succès fou*  
**Peta**, *De l'agit-prop à l'agit-com*  
**Pornhub**, *L'infréquentable fréquentable*  
**Sécurité routière**, *Karl Lagerfeld*  
**Supreme**, *L'art de la rareté*  
**Tipp-Ex**, *The Tipp-Experience*  
**Unicef**, *Tap Project*  
**US School of Music**, *L'importance du déclic émotionnel*  
**WestJet**, *Christmas Miracle*  
**Yop**, *La marque des ados*

#### Contact média / Demande d'interview et d'exemplaire presse

Géraldine Seuleusian

Responsable des relations extérieures de IONIS Education Group

01 44 54 33 15

[geraldine.seuleusian@ionis-group.com](mailto:geraldine.seuleusian@ionis-group.com)

#### À propos de IONIS Education Group

Créé en 1980 par Marc Sellam, IONIS Education Group est aujourd'hui le premier groupe de l'enseignement supérieur privé en France. **25 écoles et entités** rassemblent dans **20 villes** en France et à l'International plus de **28 500 étudiants** en commerce, marketing, communication, gestion, finance, informatique, numérique, aéronautique, énergie, transport, biotechnologie et création... Le Groupe IONIS s'est donné pour vocation de former la Nouvelle Intelligence des Entreprises d'aujourd'hui et de demain. Ouverture à l'International, grande sensibilité à l'innovation et à l'esprit d'entreprendre, véritable culture de l'adaptabilité et du changement, telles sont les principales valeurs enseignées aux futurs diplômés des écoles du Groupe. Ils deviendront ainsi des acteurs-clés de l'économie de demain, rejoignant nos réseaux d'Anciens qui, ensemble, représentent **80 000 membres**. <http://www.ionis-group.com/>

\* ISG, Moda Domani Institute, ISEG, ISTH, ICS Bégué, ISEFAC, EPITA, ESME Sudria, IPSA, Epitech, Web@cadémie, Sup'Biotech, e-artsup, Ionis-STM, SUP'Internet, ETNA, Coding Academy, IONISx, IONIS 361, XP