

CHRONIQUES DE L'INTIMITÉ CONNECTÉE

LES MARDIS DU LUXEMBOURG

Communiqué de presse

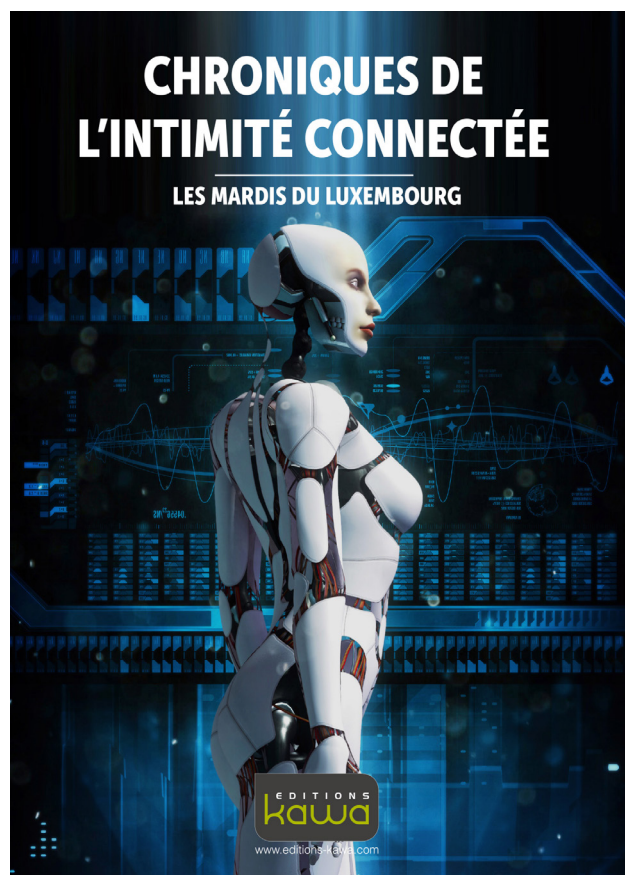
Et si des prospectivistes, des marketers, des chercheurs, des professeurs, des philosophes, des penseurs décrivaient quelle intimité nous attend dans 10 ans, 30 ans, voire 100 ans ? Et si au lieu d'écrire un livre illisible réservé à des rats de bibliothèque ou des experts en expertise, il utilisaient un style littéraire dans le format court de la nouvelle, en romançant un futur de moins en moins saisissable, Internet oblige ?

Ce challenge a été relevé par les « Mardiens », alias les membres du think tank bigarré des Mardis du Luxembourg. Ces chroniques de l'intimité connectée sont le fruit d'un an de réunions after work, d'échanges, d'affrontements, de partages...

Alors cher lecteur, bouclez la ceinture de sécurité de votre canapé, mettez votre smartphone ou votre tablette en mode pause, préparez vous un kawa serré sans sucre, respirez un grand coup et détendez vous : ça va bien se passer. Oui, bien malgré toutes les surprises, scénarios catastrophe et autres découvertes incroyables, angoissantes ou merveilleuses que vous allez découvrir dans ce livre kaléidoscopique.

On ne rigole plus, notre intimité future sera connectée ...ou ne sera plus !

- **Philippe Boyer** Chroniqueur à la Tribune, auteur de publications sur le marketing et la relation clients.
- **Philippe Cahen** Chroniqueur à La Tribune. Auteur de «Signaux Faibles mode d'emploi»
- **Christian Gatard**, Dr de la collection Géographie du Futur. Conseil en Prospective.
- **Jean-Marc Goachet**, spécialiste de la communication digitale. Administrateur de l'Adetem
- **Gérard Haas** Avocat en Cour d'appel, juriste spécialiste en droit de la propriété intellectuelle
- **Annabel Hofnung** fondatrice www.protendances.com , « Digital Business Developer »
- **Henri Kaufman** Il pratique la Sérendipité & Psycho/Neuromarketing. Dr éditorial aux Ed. Kawa.



- **Yves Krief**, président de la Sorgem. Auteur d'articles et de « L'Imaginaire de marque » (Ed. Kawa).
- **François Laurent**, Dr en Sémiologie. Coprésident de l'Adetem, consultant et enseignant.
- **Olivier Parent** Créateur de FuturHebdo, Chroniqueur à Huffington Post, Silex ID, INfluencia.
- **Alexandre Rispal**, Conférencier, formateur, Co-auteur de plusieurs ouvrages sur le marketing.
- **Véronique Varlin**, Partner Havas Worldwide. Consultante en stratégie et planning stratégique.
- **J-J Vincensini** est médiéviste. Il participe à des études de discours politiques ou publicitaires

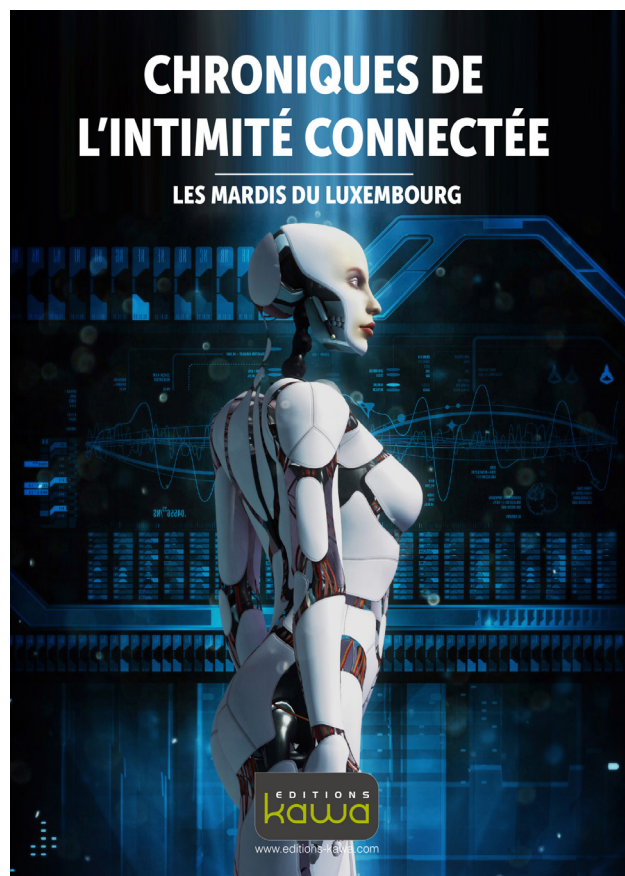
Le mot de l'éditeur

Il faut sans doute être un peu fou pour être éditeur aujourd'hui. C'est d'ailleurs parfois ce qu'on nous a dit lorsque nous avons créé les Éditions Kawa en 2010, à l'heure du «tout Internet», du numérique et de la virtualisation. Mais c'est probablement cette folie qui nous a permis de garder intacte notre ambition de départ, celle de contribuer au partage des connaissances et des savoir-faire entre ceux qui les décrivent et ceux qui les découvrent. Sans jamais nous départir de notre curiosité, sans jamais chercher à orienter les débats ni à surfer sur les polémiques.

Aujourd'hui, après plus de 150 titres publiés et quelques jolis best-sellers largement médiatisés, notre maison d'édition est devenue une référence dans les domaines du marketing, du digital et de la communication d'entreprise notamment. Peut-être parce que nous sommes fous, c'est vrai, mais aussi parce que nous sommes passionnés. Passionnés par ce monde qui bouge, par ces gens qui ont des choses à dire, par ces auteurs que nous ne nous contentons pas d'accompagner dans leur processus d'écriture mais avec qui nous entretenons dès le premier contact un dialogue étroit, respectueux et amical.

Notre succès, nous le devons sans doute également à notre vision de la «révolution digitale», et à notre conviction qu'elle mérite bien mieux qu'un traitement fugitif et superficiel ; mieux que cette course effrénée à l'information qui fait qu'on n'a plus le temps de se poser les bonnes questions, et encore moins d'écouter les bonnes réponses. Plus précisément, en tant que professionnels du digital, il nous paraît essentiel de nous arrêter par moment sur tous ces sujets qui forment notre quotidien de citoyens, d'entrepreneurs, de consommateurs ou même simplement d'internautes. Le temps d'un livre, justement, pour poser des idées, les développer, les mettre en perspective afin de nourrir nos propres réflexions et, qui sait, de faire évoluer notre point de vue. Le livre que vous tenez entre les mains reflète parfaitement cette volonté.

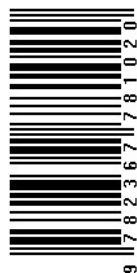
Xavier Wargnier,
Directeur fondateur des Éditions Kawa



CHRONIQUES DE L'INTIMITÉ CONNECTÉE

LES MARDIS DU LUXEMBOURG

Prix Public : 25,90€ TTC
Date de sortie : Septembre 2016
Dimension : 150 x 210 mm
Nombre de pages : 192 pages
Isbn : 978-2-36778-102-0



www.editions-kawa.com