

Les éditions Eyrolles viennent de publier un ouvrage sur l'importance de la musique dans la communication et sur tous les bénéfices qu'elle peut apporter à de nombreux secteurs d'activités. C'est par exemple le cas du célèbre jingle de la SNCF ou encore celui de Décathlon. Dans la première partie de cet ouvrage l'évolution de la musique jusqu'au design musical est abordée, suivi de l'intérêt de la musique pour permettre l'identification et la compréhension des marques, et enfin la dernière partie vise à décrire ce design musical « en action ».



Les éditions Eyrolles viennent de publier un ouvrage sur le thème de l'identité sonore des marques, l'importance de la musique dans la communication et tous les bénéfices qu'elle peut apporter à de nombreux secteurs d'activités. C'est par exemple le cas du célèbre jingle de la SNCF ou encore celui de Décathlon. Dans la première partie de cet ouvrage l'évolution de la musique jusqu'au design musical est abordée, suivi de l'intérêt de la musique pour permettre l'identification et la compréhension des marques, et enfin la dernière partie vise à décrire ce design musical « en action ». Michael Boumendil, l'auteur de cet ouvrage et directeur de l'agence « Sixième Son » dédiée à l'identité sonore des marques, nous fait découvrir l'univers du design musical l'identité sonore et de l'exploitation musicale dans la communication.

Toutes les [informations sur cet ouvrage](#)

Contact :

Lorraine Roncin
Tel fixe : 01 55 43 07 15
Mobile : 06 32 17 77 25

E-mail : l.roncin@sixiemeson.com