

1. Le Design (L'Art de donner Forme et Sens)














- **Précurseur : Raymond Loewy (1893-1986)**
 - Citation clé : *"La laideur se vend mal."*
 - Réalisations célèbres : Paquet Lucky Strike, bus Greyhound, bouteille Coca-Cola (Formes), logo LU, cocotte Le Creuset, logo Shell, etc.
 - **Définition (selon Patrick Jouin) :** Le design est un **traducteur**, une **interface** entre la R&D, la production et le marketing. Il fait le lien, donne du sens.
 - **En Marketing, le Design = Stylique (Esthétique Industrielle) :** Tout ce qui touche à l'**identité visuelle** du produit.
 - ✍ **Codes graphiques** (polices, couleurs, lumières)
 - 📏 **Dimensions**
 - ⚖ **Volumes et poids**
 - ✨ **Formes**
 - 🎵 **Signature sonore** (sonal, jingle)
 - 🧱 **Matériaux**
 - 🖐 **Textures**
-

2. La Marque (Bien plus qu'un Nom !)

- **Définition :** Un **signe protégé** par l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle). Elle permet de distinguer les produits/services d'une entreprise de ceux de ses concurrents.
- **Typologie des Marques :**
 - 🌐 **Grandes Marques :**
 - Nationales (Ex: Carambar)
 - Internationales (Ex: Kleenex)
 - 📍 **Marques Locales ou Régionales** (Ex: Rième boissons à Morteau)
 - 🛒 **Marques De Distributeurs (MDD) :**
 - Apparues en 1976 chez Carrefour.
 - Exemples E.Leclerc : Bio Village, Eco Plus, Nos régions ont du Talent, Repères, Tradizioni d'Italia.
 - **Poids des MDD (Grandes Surfaces Alimentaires 2023) : 34,6%** (vs 32,1% en 2021).
 - En moyenne **25% moins chères** que les grandes marques.
 - **Peu présentes dans :** dentifrices (8%), bières (8%), shampooings (13%), laits bébé (15%) (volumes 2023).
 - **Forte progression MDD (volumes 2023) dans :** fromages pâte fraîche (+34%), pain de mie (+21%), fromages pâte cuite (+14%).
 - **Entreprises spécialisées en MDD** (Exemples du cours) :
 - Alfagel (glaces), Dardenne (chocolaterie), Normandie (pet food), Manufacture de tricots Marcoux (textile), Savonnerie du Midi (savons).
- **Marques les Plus Vendues en France (Actes d'achat 2023, Kantar) :**
 1. Herta (254M)
 2. Cristaline (206M)

3. Fleury Michon (200M)
4. Président (191M)
5. Coca-Cola (187M) ... (voir liste complète dans le cours)




• **Représentations d'un Nom de Marque :**

Type de Nom	Exemple (du cours)
 Nom patronymique (ou variantes)	Maggi (Julius Maggi), Alain Afflelou, Sophie la girafe (prénom), Adidas (abréviation Adolf Dassler), Archos (anagramme Henri Crohas)
 Nom historique	Thales (philosophe grec)
 Nom d'animal	Puma (Rudolf Dassler)
 Nom géographique	Evian
 Nom emprunté (autre langue/dialecte)	Quechua, Kalenji (Decathlon)
 Chiffre / Numéro	1664 (Kronenbourg)
 Expression	Valeo ("Je vais bien" en latin)
 Terme (construction intellectuelle)	Avec sens: Conforama; Sans sens (apparent): Miko
 Logotype (Logo)	La Poste (oiseau bleu dans ovoïde jaune)
 Mascotte	Lapin Duracell (en France)
 Signature (entreprise)	"Vorsprung durch Technik" (Audi)
 Slogan (marque/produit)	"Des pâtes, oui mais des Panzani"
 Sonal (Jingle)	SNCF (par Sixième Son). <i>Différent de l'emprunt d'une chanson existante (ex: Lay's & Christopher Cross).</i>

• **Marques les Plus Valorisées (Monde fin 2024, Brand Finance) :**

1. Apple (574,5 Mds\$)
2. Microsoft (461,1 Mds\$)
3. Google (413,0 Mds\$) ... (voir liste complète)

• **Qualités d'un BON Nom de Marque :**

-  **Susciter les avantages** (Ex: Taillefine)
-  **Évoquer l'univers du produit** (Ex: Monsavon)
-  **Suggérer des attributs** (aspect, composition, couleur...) (Ex: Orangina)

- 🗣️ **Facile à prononcer, reconnaître, mémoriser** (max 3 syllabes) (Ex: Orange)
- 🌟 **Distinctif** (original et porteur de sens) (Ex: Fruit d'Or)
- 🌿 **Déclinable** (préfixe, suffixe...) (Ex: Danone avec Danette, Danao, Danacol...)







- **Ce qu'un Nom de Marque NE DOIT PAS ÊTRE :**

- ✖ **Connotations négatives** dans d'autres langues (Ex: Pipì, soda croate)
- 🚫 **Contraire à l'ordre public / bonnes mœurs** (Ex: Slogan "Y'a bon Banania" radié)

- **Changer de Nom de Marque (Rebranding) :**

- Ex 1 : Le Nouvel Observateur -> L'Obs (2014)
- Ex 2 : Uncle Ben's -> Ben's Original (2020)


- **Stratégies de Marque :**

Stratégie	Description	Exemple (du cours)
 Extension de Gamme	Utiliser une marque existante pour de nouveaux produits DANS LA MÊME catégorie. La marque mère peut devenir marque caution si nombreux produits.	Le Petit Marseillais (savonnettes, gels douche, shampoings...)
 Extension de Marque	Utiliser une marque existante pour des produits DANS DE NOUVELLES catégories.	Bic (stylos, briquets, rasoirs, téléphones...)
 Marque Conjointe (Co-branding)	Association de deux (ou plus) marques pour un produit commun.	Haribo & Super Mario (bonbons acidulés, 2023)
 Retrait de Marques	Abandonner des marques (souvent suite à rachats, rationalisation).	Whirlpool abandonne Laden et Scholtès (2017)
 Marques Multiples	Une entreprise exploite plusieurs marques, souvent concurrentes, sur un même marché ou des marchés différents. Si une marque couvre des univers différents : marque ombrelle .	Procter & Gamble (Ariel, Gillette, Pampers...). Samsung (smartphones, lave-linge...) = marque ombrelle.
 Nouvelles Marques	Création et dépôt d'une nouvelle marque. (93 081 dépôts INPI en 2023).	ya.ka (produits d'entretien, 2023)

3. La Gamme Commerciale (L'Organisation de l'Offre)

- **Définition :** Ensemble des produits proposés par une entreprise, organisés en lignes et références.

- **Caractéristiques d'une Gamme :**

- ↔ **Largeur** : Nombre de **lignes** (ou familles) de produits différents.
 - Ex: Croustibat (2022) -> 2 lignes : "pommes de terre" et "poissons panés".
- ↕ **Profondeur** : Nombre de **produits différents au sein de chaque ligne**.
 - Ex: Ligne "pommes de terre" Croustibat -> Potato Jungle, Mini-röstis, Mini-churros (pommes de terre / et carottes).
-  **Amplitude (ou Longueur)** : Nombre total de **références** (variantes : taille, couleur, saveur...) dans toute la gamme ou une ligne.
 - Ex: Decathlon (2016) -> 22 000 références. Croustibat (2022) -> 12 références.

- **Politique de Gamme (Évolution) :**

- **+ Expansion :**
 - Par la **largeur** (nouvelles lignes)
 - Par la **profondeur** (nouveaux produits dans lignes existantes)
 - Par les deux.
 - Ex: Paysan Breton (2018) ajoute ligne "légumes surgelés" (expansion par la largeur).
- **- Contraction (ou Réduction) :**
 - Par la **largeur** (suppression de lignes)
 - Par la **profondeur** (suppression de produits dans lignes)
 - Par les deux.
 - Ex: Fleury Michon (2019) supprime ligne "box de pâtes" (contraction par la largeur).

Conseils pour l'Examen (Analyse de Documents sur Design, Marque, Gamme)

1. **Design** : Le design du produit est-il mentionné ? Quels éléments (formes, couleurs, matériaux...) sont importants ? Quel rôle joue le design (fonctionnel, esthétique, identitaire) ?
2. **Marque - Identification** : Quelle est la marque ? Quel type (grande marque, MDD, locale) ? Comment est-elle construite (nom, logo, slogan...) ?
3. **Marque - Qualités & Stratégie** : Le nom de marque est-il pertinent ? Quelles sont ses qualités ? Quelle stratégie de marque est mise en œuvre (extension, co-branding, etc.) ? Quel est le rôle de la marque (caution, ombrelle...) ?
4. **MDD** : Si des MDD sont présentes, quel est leur poids ? Sont-elles en concurrence avec des marques nationales ?
5. **Gamme - Structure** : Comment la gamme est-elle structurée (largeur, profondeur) ? Est-elle large/étroite, profonde/courte ?
6. **Gamme - Politique** : L'entreprise mène-t-elle une politique d'expansion ou de contraction de sa gamme ? Pour quelles raisons probables ?
7. **Liens** : Comment le design, la marque et la gamme interagissent-ils pour créer une offre cohérente et attractive ?
8. **Toujours justifier avec des éléments précis du/des document(s) !**