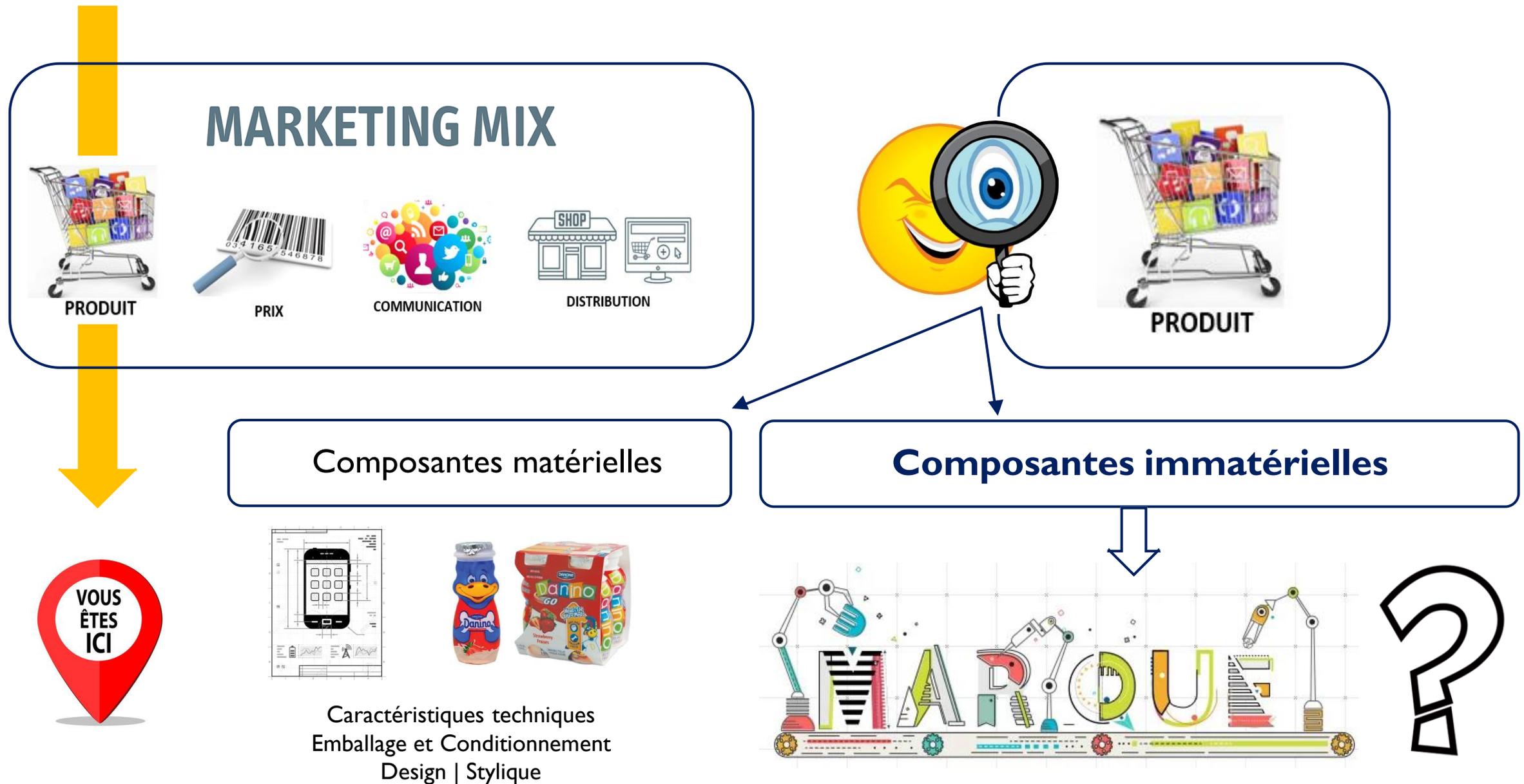


**EN QUOI LA MARQUE EST-ELLE
UNE COMPOSANTE IMMATÉRIELLE
DU PRODUIT ?**



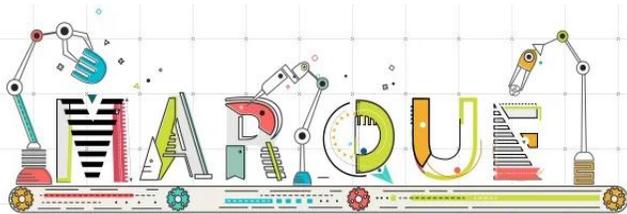
DANS LES ÉPISODES PRÉCÉDENTS...



QU'EST-CE QU'UNE MARQUE ?



Ensemble de **signes distinctifs reconnaissable** par les consommateurs et **créant de la valeur** sur un marché pour une entreprise.



Traduction du **positionnement marketing** (*identité*)

Un nom → Nike, Renault, Samsung, Hyper U, M&Ms, TikTok ...

Un logo →       

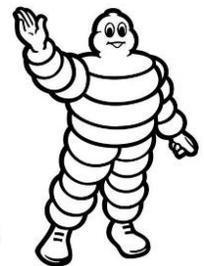
Un slogan → **JUST DO IT.** *What else?*

ParamOur du gOût

i'm lovin' it™

parce que je le veux bien

Un personnage →



Un jingle | une musique



LES COULEURS SONT-ELLES NEUTRES?

<p>ROUGE</p> <p>audace, puissance, énergie, passion</p>		<p>MARRON</p> <p>naturel, relaxation, réconfort, authenticité</p>	
<p>ROSE</p> <p>innocence, féminité, apaisement, romance</p>		<p>ORANGE</p> <p>équilibre, ambition, enthousiasme, espiègnerie</p>	
<p>VIOLET</p> <p>élégance, créativité, spiritualité, mystère</p>		<p>JAUNE</p> <p>énergie, optimisme, chaleur, enfance</p>	
<p>BLEU</p> <p>fiabilité, fraîcheur, tranquillité, confiance</p>		<p>VERT</p> <p>naturel, optimisme, harmonie, croissance</p>	
<p>NOIR</p> <p>profondeur, mystère, sophistication, élégance</p>		<p>GRIS</p> <p>technicité, maturité, fiabilité, expertise</p>	

A QUOI ÇA SERT UNE MARQUE ?

FAIRE CONNAITRE

→ *élément cognitif*

FAIRE AIMER

→ *élément affectif*

DONNER ENVIE D'ACHETER

→ *élément conatif*



Être identifié

Se démarquer | Paraître unique



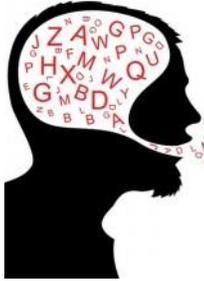
Promesse de qualité

**Justifier un prix (souvent)
plus élevé**



QUELS SONT LES CRITÈRES À RESPECTER ?

Critères commerciaux



Facilement prononçable
(même dans une autre langue)



Evocatrice
CONFORAMA



Mémorisable
(facile à retenir)



Déclinable

Nescafé, Nesquick, Nespresso, Nestea...

Critères de validité



Licite

(ordre public, bonnes mœurs...)



Distinctive

(du produit qui porte la marque)



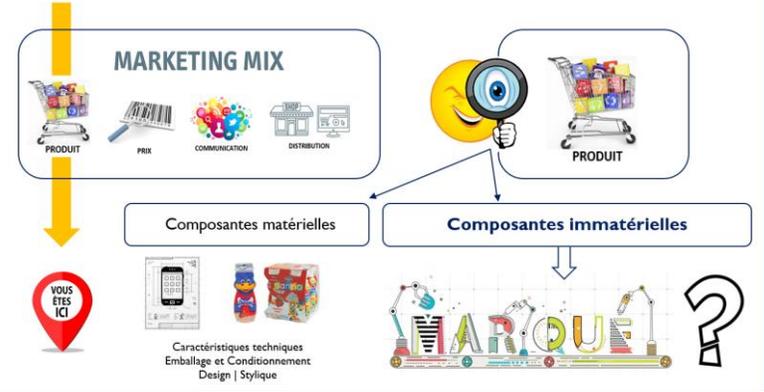
Ne pas être source de confusions



En Bref

« En quoi la marque est-elle une composante immatérielle du produit ? »

DANS LES ÉPISODES PRÉCÉDENTS...



QU'EST-CE QU'UNE MARQUE ?

Ensemble de signes distinctifs reconnaissable par les consommateurs et créant de la valeur sur un marché pour une entreprise.

Un nom → Nike, Renault, Samsung, Hyper U, M&Ms, TikTok ...

Un logo →

Un slogan → **JUST DO IT.** What else?
i'm lovin' it Think different. *parce que je le veux bien*
ParamOur du gOût

Un personnage →

Un jingle | une musique →

Traduction du positionnement marketing (identité)

LES COULEURS SONT-ELLES NEUTRES ?

ROUGE passion, énergie, jeunesse		MARRON nature, réassurance, confort, autorité	
ROSE souplesse, féminité, apaisement, jeunesse		ORANGE optimisme, enthousiasme, nouveauté	
VIOLET élégance, créativité, mystère		JAUNE optimisme, chaleur, confiance	
BLEU fiabilité, sérieux, confiance		VERT nature, optimisme, harmonie, croissance	
NOIR profondeur, mystère, sophistication, élégance		GRIS technologie, modernité, fiabilité, expertise	

A QUOI ÇA SERT UNE MARQUE ?

FAIRE CONNAÎTRE
→ élément cognitif

FAIRE AIMER
→ élément cognitif

DONNER ENVIE D'ACHETER
→ élément conatif

Être identifié →

Se démarquer | Paraître unique →

Promesse de qualité →

Justifier un prix (souvent) plus élevé →

ATTITUDES →

QUELS SONT LES CRITÈRES À RESPECTER ?

Critères commerciaux

- Facilement prononçable** (même dans une autre langue) →
- Évocatrice** →
- Mémorable** (notoriété) →
- Déclinable** →

Critères de validité

- Licite** (ordre public, bonnes mœurs...) →
- Distinctive** (du produit qui porte la marque) →
- Ne pas être source de confusions** →

INPI INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

MERCI... À BIENTÔT

