

# & Marques Valeurs



Valeur d'usage, valeur d'image, valeur comptable, valeur actionnariale, valeur morale, valeur sociétale, autant de valeurs en relation avec les marques, approchées dans cette Revue.

Car, comme des personnes, les marques ont leur identité et leur système de valeurs, qui les caractérisent et les différencient.

Et plus encore, c'est dans leurs valeurs, et le respect de celles-ci que les marques puisent leur force et leur pérennité. C'est par le contrat qu'elles concluent avec les consommateurs, et qui intègre ces valeurs, que les marques tissent une relation fidèle et durable.

Mais ces valeurs représentent également une richesse plus large pour le management de l'entreprise : elles permettent d'attirer les jeunes talents, et elles rassemblent l'ensemble des collaborateurs, qui en parlent avec fierté.

La marque représente, par ailleurs, une valeur économique majeure pour l'entreprise et pour ses actionnaires. Quelle que soit la méthode d'évaluation financière utilisée, celle-ci intégrera la rentabilité actuelle et une probabilité de rentabilité future, assise sur la continuité de la demande du client. Ce qui fera de la marque un des principaux actifs de l'entreprise.

Innovation, qualité, savoir-faire, accessibilité, choix, sont depuis toujours associés aux grandes marques de consommation, mais plus encore aujourd'hui, ce sont leurs engagements sur le long terme vis-à-vis de la société, qui les différencient. Pour paraphraser André Malraux, « la marque est la somme de ses actes, de ce qu'elle fait, de ce qu'elle peut faire. Rien d'autre. »

Signalons enfin, dans ce numéro, différents cas d'école illustrés : la très riche saga du whisky premium Chivas, la très populaire Grand' Mère, alerte sexagénaire, l'application digitale de LU qui accompagne les consommateurs dans l'usage de ses biscuits selon leur profil, et l'approche rupturiste de l'innovation chez Pernod Ricard.

**C'est dans leurs valeurs,  
et le respect de celles-ci  
que les marques puisent  
leur force et leur pérennité**