

10 ans... de marques



Notre revue fête, avec la parution de ce numéro, son dixième anniversaire, ce qui est à la fois peu et beaucoup.

Peu au regard du chiffre lui-même évocateur de prime jeunesse, beaucoup si l'on se réfère au millier d'articles publiés, aux centaines de professionnels, chefs d'entreprise, hommes de marketing, juristes, publicitaires, spécialistes des marques ... qui nous ont apporté leur concours, et aux quarante et une sagas des marques qui ont émaillé d'anecdotes et d'illustrations des propos parfois un peu austères. Que tous soient remerciés.

Nous avons choisi de traiter dans ce numéro anniversaire le thème "marque, patrimoine de l'entreprise", thème fondamental pour la marque puisque s'y combinent ses valeurs culturelles et historiques, et bien entendu, sa valeur capitalistique qui peut atteindre des sommets.

Si dans une utopie cataclysmique, une entreprise venait à être rayée de la carte, elle pourrait toujours reconstruire ses usines, son siège, son informatique ; elle pourrait encore embaucher et former un nouveau personnel. Mais si sa Marque a disparu, sombré corps et biens dans l'esprit même de ses consommateurs, comment à partir d'un simple mot, faire renaître et redéployer la force bâtie pierre par pierre par et pour des générations d'hommes et de femmes ? C'est bien là toute la valeur de la Marque.

Si la Marque d'une entreprise a disparu, sombré corps et biens dans l'esprit même de ses consommateurs, comment à partir d'un simple mot, faire renaître et redéployer la force bâtie pierre par pierre par et pour des générations d'hommes et de femmes ?