



# Roue de la créativité

Adrien Declerck, Julien Declerck, Romain Ducaté, Pierre  
Lucas, Vincent Scarano

IAE L3 MV 2013-2014

# Sommaire

1- Technologique	3
2- Produit	9
3- Consommateur	15
4- Stratégie	21
5- Commercial	27
6- Sensoriel	33
7- Metaproduit	39



# Technologique

# Matières premières

## **Idée:** Economie d'énergie et protection de l'environnement

Particuliers et professionnels deviennent tous concernés par la question de la protection de l'environnement et sur le gaspillage de l'énergie. La recherche et développement est donc primordiale dans ce domaine pour trouver les matières premières les moins énergivores.

## **Exemple:** La laine de roche

Remplaçant la toxicité de l'amiante et la moins isolante laine de verre, la laine de roche permet une isolation thermique et phonique optimales. De plus elle est exonérée du caractère cancérigène qui préoccupe beaucoup le consommateur.

**Source:** <http://www.communique-de-presse-gratuit.com/peintisol/138870-la-laine-de-roche-en-isolation-exterieure.html>



# Ingrédient atypique

## **Idée:** Les super-fruits

Mettre en avant les bienfaits nutritionnels d'un produit est une grande force de vente dans le domaine de l'agro-alimentaire.

## **Exemple:** la grenade

Apparu sur le devant de la scène dans les années 2000, le jus de grenade est un produit phare dans le domaine du bio et de la diététique. Cette explosion de la demande a bien été aidée par des best-sellers sortis dans cette même période.

**Source:** <http://www.topsante.com/nutrition-et-recettes/la-sante-par-les-aliments/les-bons-aliments/la-folie-du-jus-de-grenade-10634>



# Enjeux technologique

## **Idée:** Les objets connectés

Pourvoir mettre de l'intelligence dans n'importe quel objet de la vie courante est un enjeu pour les industriels. Ce nouveau marché va entraîner une nouvelle tendance celle du « moi quantifié » (quantified self).

## **Exemple:** Le bracelet connecté

C'est un bracelet qui permet de récolter toutes sortes d'informations sur son activité comme le nombre de pas parcouru, les calories dépensées dans la journée, sa géolocalisation.

**Source:** <http://www.o1net.com/editorial/616450/le-bracelet-connecte-votre-nouveau-coach-sante-au-quotidien/>



# Process & Technologies

## **Idée:** Vêtements anti-onde

Grande menace du moment, les ondes déclenchent de grande préoccupations sur les consommateurs. Les industrielles ont répondu à ses peurs en intégrant dans la fabrication des vêtements des fibres d'argent pur.

## **Exemple:** Le Wireless armour

Un jeune britannique a mis au point un caleçon qui protège les testicules des ondes. Il est censé protéger de 99% des ondes d'un téléphone portable.

**Source:** [http://www.huffingtonpost.fr/2014/05/06/vetements-anti-ondes-calecon\\_n\\_5271938.html](http://www.huffingtonpost.fr/2014/05/06/vetements-anti-ondes-calecon_n_5271938.html)



# Additifs

## **Idée:** Les agents d'enrobage

Pour vendre un produit, l'apparence est un critère essentiel. Un fruit déformé ou d'une couleur anormale ne se vendra jamais même s'il est très bon. Il existe donc des agents d'enrobage pour améliorer l'aspect du produit, le rendre plus brillant et plus lisse.

## **Exemple:** La cire d'abeille (E 901)

Très présente dans les bonbons, la cire d'abeille permet de donner un aspect brillant aux bonbons et empêche ceci de coller entre eux.

**Source:** <https://www.haribo.com/frFR/informations-consommateurs/les-gelifies/la-fabrication.html>





# Produit

# Fonctionnalités

## **Idée:** Les tablettes multimédias tactiles

L'ordinateur se fait de plus en plus concurrencer par les tablettes pour une mobilité plus simple et plus de transport. De nombreuses marques s'y mettent, et à tous les prix !

## **Exemple:** l'Ipad d'Apple

La marque à la pomme est le précurseur de la technologie des tablettes tactiles mais maintenant bien concurrencée par notamment, Samsung, Asus ou encore Microsoft. Ce nouveau mode d'utilisation « informatique » plus compact séduit de plus en plus au détriment des ordinateurs

**Source:** <http://www.apple.com/>



# Tendances Marketing

## **Idée:** La miniaturisation

Beaucoup de produits (dans l'alimentaire par exemple) arrive sur le marché plus petit que leur prédécesseurs pour une plus petite faim ou un transport plus simple etc. il existe également l'effet inverse : le gigantisme !

## **Exemple:** Les Magnum mini

Cela sonne comme une contradiction, une oxymore et pourtant magnum a bel et bien sorti le magnum mini pour les petits creux. De quoi cibler encore plus de personnes et à toutes les heures.

**Source:** <http://www.mymagnum.fr/produits/>



# Marchés précoces

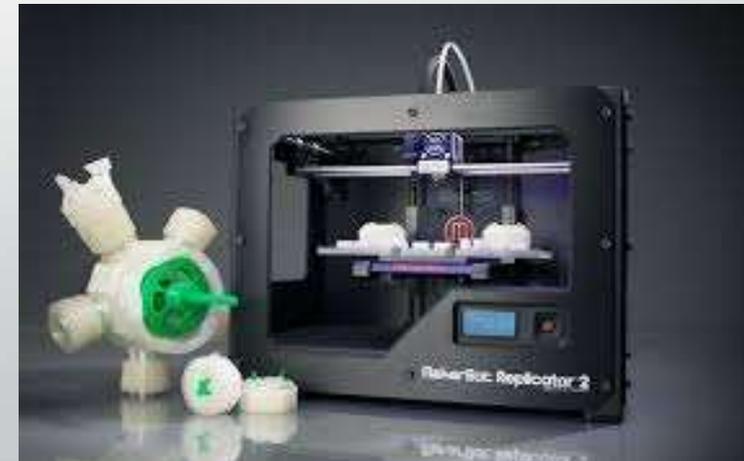
## **Idée : Transformer un objet de la vie courante**

partir d'une idée ou d'un produit existant et le substituer à une innovation.

**Exemple :** Le marché de l'imprimante 3D et l'association de produit fourni par ces imprimantes.

## **Source:**

<http://www.lesnumeriques.com/imprimante-3d/top-office-service-impression-3d-qui-cartonne-n34479.html>



# Autres produits typiques

## Idée : Multiplier ses saveurs

Produits spécifiques, adaptés aux nouvelles tendances, nouveau mode de consommation etc..

## Exemple : Nescafé

Le café a différents goûts. Par exemple le café Vanille crée par Nestlé.

**Source:** <http://www.croquonslavie.fr/produits-et-marques-nestle/produit/Boissons-NESTL%C3%89/Cappuccinos-NESCAF%C3%89/NESCAF%C3%89-Cappuccino-Vanille/NESCAF%C3%89-Cappuccino-Vanille-Boite/852a3db8-eeb7-4308-a339-25eb3902e781.aspx>



# Architecture Combinatoire

## **Idée:** Diversifier les plaisirs de jeux

Les goûts et les envies des enfants changent constamment. L'architecture combinatoire permet de toucher une large cible et diminue l'effet de lassitude d'un jouet.

## **Exemple:** La table multi-jeux

Table de billard, table de ping-pong ou baby-foot, ce jeu permet d'être sur plusieurs marchés différents et de varier les plaisirs.





# Consommateur

# Cible - segment

**Idée:** En buvant de l'eau, on préserve sa santé

Pour mieux vendre son produit en agro-alimentaire auprès d'une cible, on doit faire passer un message. Par exemple, boire de l'eau permet de rester jeune, voila le message que souhaite faire passer Evian à ses consommateurs cibles: les adultes et particulièrement les seniors.

**Exemple:** Evian, élixir de jeunesse

Afin de faire passer ce message, Evian doit jouer sur les émotions des consommateurs, dans les publicités le message est un état d'esprit enthousiaste, d'envie de vivre. Quand on boit Evian, on se sent jeune voir super-héros dans sa dernière publicité pour Spider-Man 2.

**Source:** <http://www.evian.fr/>



# Besoin

## **Idée:** Le consommateur a besoin de divertissement

Les consommateurs recherchent aujourd'hui de plus en plus de nouvelles technologies divertissantes, notamment pour l'après-travail, le weekend ou le soir pour se détendre d'une journée de travail.

## **Exemple:** La Xbox one

La nouvelle console de jeux Microsoft, la Xbox one permet au consommateur de jouer et de s'immerger dans un autre monde via les nouvelles technologies. Microsoft cherche à satisfaire ses clients voulant s'amuser, se détendre et s'échapper à travers ses nouvelles technologies

**Source:** <http://www.xboxonefrance.com/>



# Univers

## **Idée:** Le lieu de travail

Les employés cherchent souvent de nouveaux produits afin d'être efficaces dans leur travail, Notamment les commerciaux qui aiment avoir de nouveaux outils régulièrement dans le but d'impressionner leurs clients.

## **Exemple:** La tablette Microsoft surface pro 2

Aujourd'hui, un commercial cherche toujours de nouveaux outils dans le but de présenter à ses clients ses produits de manière originale, cette tablette remplit exactement les fonctions que recherchent les nouvelles générations, c'est mieux et plus simple qu'un ordinateur portable.

## **Source:**

[http://www.microsoftstore.com/store/msfr/fr\\_FR/pdp/product/D.287073700?srccode=cii\\_313312379&cpncode=33-299850445-2&WT.mc\\_id=PLA\\_FR\\_GooglePLA](http://www.microsoftstore.com/store/msfr/fr_FR/pdp/product/D.287073700?srccode=cii_313312379&cpncode=33-299850445-2&WT.mc_id=PLA_FR_GooglePLA)



# Moment

## **Idée:** L'apéro entre amis

Les entreprises d'alcools se doivent d'élargir leur gamme de produits notamment pour les jeunes qui cherchent de nouveaux produits à goûter régulièrement, cela va passer par des nouveaux cocktails et des nouvelles saveurs.

## **Exemple:** Le rosé Pamplemousse

Le rosé Pamplemousse cible les femmes voulant boire quelque chose de léger et n'ayant pas le goût de l'alcool mais d'une saveur agréable et ayant un prix raisonnable, voilà pourquoi ce produit a eu un large succès pour l'apéro entre amis.

**Source:** <http://www.rose-pamplemousse.com/vente-achat-vin-rose-pamplemousse/index.html>



# Situation de consommation

## **Idée:** faire vivre une expérience exotique

Pour mieux vendre son produit en agro-alimentaire on essaye de créer une histoire autour de son produit. Raconter ses origines, promouvoir ses atouts, expliquer comment le consommer. Cet imaginaire qui se crée dans la tête du consommateur permet de donner l'envie.

## **Exemple:** Le kit pour fajitas de Old Del Paso

Le kit pour fajitas est composée des tortillas de blé, d'un mélange d'épices et d'une sauce spécifique. Old Del paso communique énormément sur le côté exotique et festif du produit. En proposant ce kit, il permet de mieux projeter le consommateur et de faciliter sa consommation.

**Source:** <http://www.oldelpaso.fr/produits/repas/kits/kit-pour-fajitas-original.aspx>





# Stratégie

# Stratégie & business model

## **Idée:** Le développement durable

Il s'agit de s'inspirer de la tendance du moment dans le but d'évoluer sur le marché, c'est la valorisation de l'entreprise par l'économie, le social ou l'environnement.

## **Exemple:** Véolia

Véolia est l'entreprises référence pour l'environnement car c'est son objectif numéro un de travailler en respectant l'environnement. En effet, Veolia accompagne les villes et les industries françaises dans la gestion, l'optimisation et la valorisation de leurs ressources en eau, en matières et en énergie. Elle leur apporte des solutions qui contribuent à développer l'accès aux ressources, à les préserver et à les renouveler, augmentant ainsi leur efficacité environnementale, économique et sociale.

**Source:** <http://www.veolia.fr/>



# Entreprises benchmarkées

**Idée:** S'inspirer des autres entreprises dans le but de développer de nouvelles idées

Le but est d'améliorer ses performances en étudiant la concurrence, c'est une évaluation constante des produits et des services sur le marché des concurrents sérieux de l'entreprise.

**Exemple:** L'automobile : Volkswagen

La marque a définie un positionnement clair pour chaque produit, il y a une personnalisation. Ensuite, la marque a beaucoup investit en R&D afin de se différencier de la concurrence notamment au niveau du design des voitures, Volkswagen en étudiant bien la concurrence à su se différencier et prendre une place très importante sur le marché automobile.

**Source:** <http://www.volkswagen.fr/fr.html>



# Changement organisationnel

## **Idée:** Acquisition

De plus en plus d'entreprises cherchent à étendre leur marché via des acquisitions, en effet aujourd'hui les gros groupes n'ont pas d'autres choix que de racheter les petites entreprises innovantes dans le but d'étendre leur marché.

## **Exemple:** Acquisition d'instagram par Facebook

Facebook a racheté Instagram pour 1 milliard de dollars en 2012 dans le but d'étendre le marché Facebook de la photo.

**Source:** <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2012/04/09/01007-20120409ARTFIG00432-facebook-achete-instagram-pour-1-milliard-de-dollars.php>



# Normes & réglementations

## **Idée:** Avoir une traçabilité des produits

Aujourd'hui il est nécessaire de suivre la traçabilité des produits et d'avoir des normes garantissant le bienfait des produits notamment au niveau de l'agroalimentaire

## **Exemple:** La norme ISO 12875:2011

L'ISO 12875:2011 spécifie les informations à enregistrer dans les chaînes de distribution de poissons marins issus de la pêche afin d'établir la traçabilité des produits issus de la pêche. Elle indique comment les produits de la pêche commercialisés doivent être identifiés et précise les informations qui doivent être générées et conservées sur ces produits par chacune des entreprises agroalimentaires qui en font le commerce physique tout au long des chaînes de distribution. Elle est spécifique à la distribution aux fins de consommation humaine des poissons marins issus de la pêche et de leurs produits, de la prise aux détaillants ou à la restauration.

## **Source:**

[http://www.iso.org/iso/fr/home/store/catalogue\\_ics/catalogue\\_detail\\_ics.htm?ics1=67&ics2=120&ics3=30&csnumber=52084](http://www.iso.org/iso/fr/home/store/catalogue_ics/catalogue_detail_ics.htm?ics1=67&ics2=120&ics3=30&csnumber=52084)



# Alliances et partenariats

## **Idée:** L'accomplissement d'une action commune

La mise en commun des ressources et la jouissance des avantages que permet les alliances. Il existe les alliances horizontales (activités similaires) et les alliances verticales (activités en amont ou en aval). Cela va permettre des économies d'échelle et de renforcer le pouvoir des entreprises sur le marché.

## **Exemple:** Alliance Skyteam

Les objectifs de cette alliance sont la recherche d'un accès rapide à de nouveaux marchés, un partage des coûts et des risques entre les compagnies et l'atteinte d'un niveau de rentabilité important.

**Source:** <http://www.skyteam.com/fr/>





# Commercial

# Distribution et commercialisation

## Idée: Self checkout

Pour tout ceux qui hante le fameux passage en caisse à la fin des courses il existe différents moyens d'y gagner du temps. Via des scanners ou encore les caisses automatiques.

## Exemple: Rapid'auchan

Chez auchan, par exemple vous prenez votre scanner à l'entrée du supermarché et vous scannez vos produits en temps réel et une fois à la caisse il ne vous reste plus qu'à payer. Ce dernier se nomme rapid'auchan pour le supermarché du groupe Mullier.

**Source:** <http://blog.gowa.fr/jai-teste-pour-vous-rapidauchan/>



# Communication

## **Idée:** Pub en public / buzz

En communication le nouveau mot est : buzz ! De plus en plus de compagnies créent le buzz pour se faire connaître et faire partager leurs pubs ou campagnes. Et quand on peut en plus y faire participer les gens dans la rue c'est la réussite presque assurée.

## **Exemple:** « Pick N play » de McDonald's

A Stockholm, McDonald's a mis en place un grand panneau publicitaire interactif dans la rue. Les passants pouvant se connecter à l'écran grâce à leur smartphone et participer à un jeu vidéo à grande échelle.

**Source:** <http://www.digitalbuzzblog.com/mcdonalds-interactive-pick-n-play-billboard/>



# Situation d'achat

**Idée:** Regrouper ces produits dans un seul lieu

Le choix d'une distribution non intensive et même exclusif, peut aider à fidéliser le client, qui se sent donc appartenir à un groupe ou une famille.

**Exemple:** Les boutiques Nespresso

Nespresso possède ses propres boutiques où l'on retrouve les produits consommables Nespresso (dosettes etc). Avec un design moderne et un accueil personnel, le client se sent privilégié.

**Source:** <http://fr.slideshare.net/sahloumi/distribution-capsule-nespresso-7500907>



# Evènementiel

## **Idée:** Jouer sur les grands évènements

A l'approche de la coupe de monde, de plus en plus d'entreprises jouent sur cet événement pour créer des intentions d'achats chez le consommateur.

## **Exemple:** Opération coup d'envoi des promos chez Boulanger

C'est donc le cas chez boulanger, par exemple pour les téléviseurs ; Les magasins se mettent aux couleurs du brésil et ventent les qualité d'écran et autre nouvelles technologie pour un mondial de football dans les meilleurs conditions...

**Source:** <http://www.boulanger.fr/>



# Offre promo & commerciale

## **Idée:** les offres de remboursements différés

La nouvelle mode du moment, c'est les remboursements différés ! Elles permettent d'attirer le client par une promo même si cela oblige un petit effort post-achat.. Et surtout le client se dit qu'il achète un produit cher de base pour pas cher, il s'attend donc à un produit de qualité pour lequel il a fait une bonne affaire.

## **Exemple:** Offres de remboursements Samsung

Samsung qui est l'un des précurseurs de ce système de promotions, a bien compris l'intérêt et les enjeux de ces remboursements. La marque propose parfois plus de 25% de réduction par produit, de quoi séduire le consommateur en temps de crise...

**Source:** <http://www.samsung.com/fr/promotions/>





# Sensoriel

# Visuel, couleur et logo

## Idée : Miser sur les couleurs franches

La vue est le sens le plus utilisé chez les consommateurs. Une personne voit 2500 à 4500 messages publicitaires par jour. Il faut créer le premier contact entre l'individu et le produit. Le choix du visuel, couleur, formes influencent l'acte d'achat.

## Exemple : LUSH

Marque de cosmétiques à base d'huiles essentielles bio. La forme des produits est ronde et gourmande et les couleurs sont vives.

Source: <https://www.lush.fr/>



# Son, bruit et musique

## Idée : Créer l'envie

Permet aux consommateurs d'identifier à partir d'un bruit, d'une musique, d'un jingle ou une voix une marque ou un produit.

## Exemple : Coca-cola

Coca cola a étudié le bruit de l'ouverture de sa canette de coca cola légendaire. Pour créer l'envie de soif et de rafraichissement chez l'individu.

**Source:** <http://www.meltybuzz.fr/coca-change-le-bruit-d-ouverture-de-ses-bouteilles-a173423.html>



# Toucher et texture

## Idée : le libre service

Permettre aux individus de toucher le produit et d'avoir un contact direct. Ainsi le choix de la matière et de la forme du produit sont très importants. C'est aussi pourquoi, le libre service a été révolutionnaire dans ce sens.

## Exemple : Btwin

Oxylane et le btwin village qui est un espace entièrement dédié aux cycles où l'essai des produits est presque obligatoire.

**Source:** <http://www.btwin.com/fr/home>



# Odeur et parfum

## **Idée : Avoir une identité grâce à l'odeur**

L'odorat est un sens puissant qui stimule la mémoire et les émotions. C'est pourquoi de plus en plus de marques ont une identité olfactive.

## **Exemple : Zadig et Abercrombie**

De nombreuses marques de prêt à porter notamment féminine l'utilisent (Zadig et voltaire, Abercrombie, Hollister) diffusent leur parfum sur leurs vêtements.



# Gout, saveur et arôme

## Idée : Dégustation gratuite

C'est le plus difficile à mettre en place. Le but est principalement de procéder à des dégustations gratuites . Mais le risque est que le client rejettent trop vite le produit.

## Exemple : Cochonou

Fait des dégustations de son saucisson dans les grandes surface type Auchan, Carrefour, Leclerc.





# Metaproduit

# Packaging

**Idée:** Attirer l'œil du consommateur et rendre le produit plus simple d'utilisation

Suite à une multiplication de l'offre, les entreprises doivent réussir à rendre leurs produits le plus attractif possible pour attirer l'œil du consommateur. Le packaging peut aussi avoir pour objectif de faciliter l'utilisation des produits, rendre l'utilisation du produit plus simple

**Exemple:** Le nouveau packaging « Prince de Lu »

Iconique par sa forme ronde, son sablé, son effigie princière et son fourrage chocolat, vanille, chocolat/vanille ou tout choco, depuis des années, le biscuit « **Prince de Lu** » fait le bonheur des petits comme des plus grands. Son emballage cylindrique lui, un peu moins. Qui n'a jamais lutté pour tenter d'attraper les derniers biscuits coincés au fond du paquet ? Depuis septembre 2013, les paquets de Prince bénéficient donc d'un système d'ouverture/fermeture plus pratique.

**Source:** <http://www.agro-media.fr/actualite/innovation-packaging-un-emballage-plus-pratique-pour-les-biscuits-prin-8522.html>



# Services associés

## **Idée:** Proposer au consommateur des services liés au produit

Afin de fidéliser les clients, les entreprises peuvent associer différents services autour d'un produit . Cela va permettre de renforcer la notoriété du produit. Les services associés au produit sont l'ensemble des services complémentaires à l'offre principale qui apportent au client un bénéfice additionnel.

## **Exemple:** Commander sur Internet et se faire livrer ses courses

Les supermarchés proposent désormais de commander des produits directement sur Internet et ils assurent même la livraison à domicile. Ceci répond à la demande des clients qui sont de plus en plus à la recherche de gain de temps .

On trouve des acteurs classiques de supermarchés que tout le monde connaît, et qui ont des filiales pour vendre en ligne (ex: Auchan Direct, Carrefour...), mais aussi des épicerie fines

**Source:** <http://socialcompare.com/fr/comparison/se-faire-livrer-ses-courses-alimentaires-a-domicile>

# Designers, créateurs et chefs

## **Idée:** Renforcer son image de marque

Afin de renforcer l'image de marque du produit , les entreprises peuvent faire appel à des designers , créateurs ou chefs pour concevoir le produit ou bien pour rendre le produit et le packaging plus attractif.

## **Exemple:** Coca-cola, une image de marque redoutable

La forme de la bouteille contribue au succès de Coca Cola , en effet celle-ci est identifiable par tous les consommateurs . Afin de renforcer encore plus cela, Coca Cola fait régulièrement des associations avec des créateurs tel que Jean Paul Gaultier.

**Source:** [HTTP://WWW.COCACOLAWEB.FR/TAG/JEAN-PAUL-GAULTIER/](http://www.cocacola.com/fr/tag/jean-paul-gaultier/)



# Co-Branding

## **Idée:** Combiner les forces de 2 marques

Le co-branding a pour objectif de fusionner deux marques pour créer un seul produit . Cela va permettre de mettre des produits originaux sur le marché , d'augmenter le prix de vente grâce, et d'élargir la gamme de service ou de produit proposé.

## **Exemple:** Renault et Miss Sixty, de la notoriété contre du style

La marque de voiture Renault et l'entreprise de vêtements Miss Sixty ont créé un produit en commun : une « twingo ». La marque de prêt-à-porter féminin profite de la notoriété du constructeur français Renault. La petite Twingo, rose bohème ou noir nacré, se donne une nouvelle jeunesse en épousant le look glam'rock de Miss Sixty.

**Source:** <http://www.journaldunet.com/management/marketing/co-branding/co-branding-renault-et-miss-sixty.shtml>



# Produits complémentaires

**Idée:** Ajouter de la valeur ajoutée aux produits en offrant des produits complémentaires

La tendance du moment dans les jeux vidéo c'est d'offrir des goodies en précommandant un jeu. Chaque constructeurs ou distributeurs offrent ses propres avantages ce qui leur permet de se différencier et d'attirer des consommateurs supplémentaires

**Exemple:** Mario Kart 8

Pour la sortie de son jeu phare, Nintendo n'a pas manqué d'ingéniosité pour embellir son offre. Code de jeux gratuits, 10\$ de carburants offerts, casquettes, volants, les choix sont multiples pour relancer les ventes de la Wii U.

**Source:** <http://mcetv.fr/mon-mag-gamers-time/0105-mario-kart-8-jeu-achete-autre-offert/>

