



Praticité: Miniaturisation et Gigantisme

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

IAE L3 MV 2013-2014

La notion de praticité

- Propriété de ce qui est adaptée à une utilisation, qui est commode pour l'effectuer
- Tendance en tête des innovations mondiales
- Dans l'agroalimentaire: concept qui est né à cause du raccourcissement du temps de déjeuner, lié au nomadisme.

Modification du packaging, doses et portions prédéfinies, durée de conservation améliorée.



La miniaturisation

Miniaturisation- Produits technologiques

- Tendence lourde dans ce domaine qui commence à ne plus être vrai pour certains types de produits (smartphone, tablettes)
- Symbolisé par la loi de Moore qui prédisait que les processeurs doubleraient en performance tous les deux ans en diminuant de moitié sa taille.
limite de cette loi vers 2020, les constructeurs ne pourront plus réduire la taille.
- 1948: point de départ de la miniaturisation avec les premiers transistors.

Miniaturisation- Produits technologiques

Avantages

- Fort lien avec le nomadisme avec les avantages de portabilité et d'encombrement.
- Renforce l'image de puissance du produit surtout pour les produits technologiques.
- Permet le progrès dans des domaines particuliers. Exemple: le médical (microsonde, microchirurgie)
- Bien fait pour l'environnement (moins de ressources pour la fabrication, diminution du packaging)
- Peut rendre plus utile. Exemple: mini-trousse de secours

Miniaturisation- Produits technologiques

Exemples

- Intel lance dans cette année 2014 un PC ultra-compact du nom de Intel NUC. Ses dimensions 11,6 et 11,2 cm de côté et 3,9 cm de haut
- Apple a pris l'habitude de miniaturiser ses produits avec comme meilleur exemple l'Ipad mini, copie en plus petit de l'Ipad. Avant cela, Apple avait lancé l'Apple Shuffle de la taille d'une carte mémoire qui permettait d'écouter de la musique



Miniaturisation- Produits technologiques Limites

- Depuis quelques années, on voit apparaître quelques limites à cette tendance de miniaturiser les produits.
- On peut trouver le produit trop petit pour ses fonctionnalités. Apple, Samsung et d'autres constructeurs agrandissent leur smartphone pour faciliter certains usages.

Miniaturisation- Produits alimentaires

- La miniaturisation ultra présente dans les aliments destinés au grignotage et à l'apéro.
- Côté très ludique chez l'enfant, cible préférentielle sur cette tendance.
- Attire aussi les petits appétits.
- Arrivé massive de la mode des verrines, cup-cakes, mini-crêpes...

Miniaturisation- Produits alimentaires

Avantages

- Permet de tout individualiser.
- Renforce le sentiment d'amusement et du côté « mignon ».
- Idéale pour des mets riches. La miniaturisation permet de vendre le produit moins cher.

Miniaturisation- Produits alimentaires

Exemples

- A l'apéritif, on miniaturise tout. Les mini-burgers ont un grand succès
- Va à l'encontre dès fois de la stratégie marketing du départ. Magnum commercialise maintenant des mini magnum.
- Les mini-BN renforcent le côté mignon du biscuit, sa praticité.





Le gigantisme

Le gigantisme

- Lié à un sentiment de puissance.
- Faire du « hors-norme »
- Peut créer le buzz, effet « livre des records ». Cf street marketing
- Notion de marketing expérientiel



Gigantisme- produits technologique

- Permet d'avoir une expérience optimale
- Entrer dans de nouveaux marchés
- Surprend le consommateur
- Facilite la prise en main

Gigantisme- produits technologique

Exemples

- La mini-break qui permet à la marque de se placer sur un nouveau marche et donc de toucher de nouveaux consommateurs. Mais cela n'empêche pas le contre sens.
- LG a lancé un écran de 2,66 mètres de diagonale. Cela valorise la puissance de la marque



Gigantisme- produits alimentaires

- Attire le marché des gros mangeurs
- Surfe sur le mode de vie à l'américaine
- Amplifie l'attention du consommateur
- De moins en moins populaire à cause de la montée de l'obésité
- Moins répandu en temps de crise

Gigantisme- produits alimentaires exemples

- La petite chaîne de fast-food memphis coffe propose des burgers XXL dont le crazy memphis composé de 6 steaks vendu comme un défi à ses clients
- Le gigantisme attire l'œil chez les enfants et c'est un bon levier marketing.

