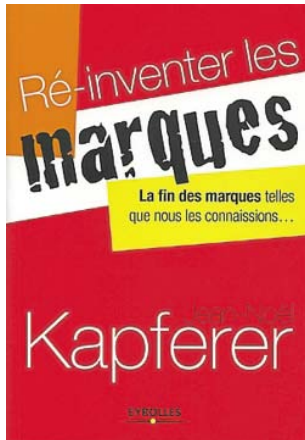


## LIVRES

### « Réinventer les marques »

Retrouver ses marques

Par **Clotilde Briard** | 17/01/2013



**L'AUTEUR** : Expert des marques, Jean-Noël Kapferer a déjà consacré de multiples ouvrages au sujet. Après avoir centré ses dernières réflexions sur le monde du luxe, le professeur à HEC et consultant revient à une analyse plus globale.

**LE PROPOS** : Le marketing n'en finit plus de se chercher de nouveaux repères. Jean-Noël Kapferer décrypte les tournants à prendre. Il fait appel à Pablo Picasso pour montrer la nécessité de protéger une marque mais aussi de se réinventer. Il ne néglige pas pour autant David Beckham, qui s'est bâti un statut d'icône. Bousculant les idées reçues, il se demande si vouloir à tout prix préserver la cohérence de l'identité de marque n'est pas contre-productif, car cela risque de brider la créativité. Il vante aussi les mérites du « brand content », ce contenu proposé par les entreprises dont il trouve un lointain ancêtre dans le « Guide Michelin ». L'auteur n'oublie pas non plus de faire le point sur un thème qui alimente l'actualité en continu : la place de la marque France.

**LA CITATION** : « *Paradoxalement, au moment où tout devient marque, celles du berceau historique - le monde des biens de grande consommation - vont plutôt mal ; elles ont souvent perdu le leadership du marché ou du segment dont elles étaient les porte-parole.* »

**Clotilde Briard**