



<b>Intitulé de la mission</b>	<b>Valorisation de marques industrielles</b>
<b>Client</b>	<b>Pôle de Compétitivité national TECHTERA (Textiles Techniques)</b>
<b>Année de réalisation</b>	2006 - 2007
<b>Objectif / Problématique</b>	
Evaluer la valeur financière du portefeuille de marques d'entreprises fortement innovantes du secteur des Textiles techniques en relation avec une démarche de développement export et une capitalisation sur la valeur de marque et de savoir-faire.	
<b>Approche</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Identification des entreprises détenant des marques rentrant dans les objectifs du Pôle de compétitivité,</li><li>- Analyse de la stratégie de ces entreprises dans leur environnement économique propre (segments de marchés visés, compétition, modèle économique, ...),</li><li>- Analyse des valeurs marketing des marques selon une grille d'analyse de valeurs « innovation »,</li><li>- Recueil de données marché (Force de marque initiale et à terme), du développement d'activités (plan d'affaires) et des dépenses marketing liées à chaque marque étudiée,</li><li>- Définition de l'architecture marketing permettant un développement de valeur avec marques à fort contenu technique/technologique (marque enseigne, marques produits et process, marques services, marques internationales, ...),</li><li>- Mise en œuvre d'une démarche prévisionnelle avec les entreprises concernées pour calculer les valeurs de marques (application des méthodes sur les bénéfices futurs et les options réelles),</li><li>- Intégration des valeurs de marque dans le cadre de l'architecture marketing définie précédemment et présentation des potentialités de développement ou de valorisation (cession, ...).</li></ul>	
<b>Résultats</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Définition de typologies de marques avec les axes marketing spécialisés de la filière,</li><li>- Remise du rapport proposant une fourchette de valeur pour chacune des marques, avec diagnostic présentant les leviers susceptibles de « doper » la valeur, concomitamment avec le développement de la notoriété et de l'attractivité, sur les marchés visés,</li><li>- Mise en évidence des valeurs de marque méritant un approfondissement,</li><li>- Détail des composants de la valeur de marque et mise en évidence des « value drivers ».</li></ul>	
<b>Compétences spécifiques mises en œuvre dans le cadre de cette mission</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Conduite de projets multiples,</li><li>- Méthodologie de diagnostic marketing applicable à un métier très spécifique,</li><li>- Stratégie de marques en regard de l'évolution de l'environnement concurrentiel d'une filière à fort contenu technologique,</li><li>- Modélisation financière des valeurs de marques et des impacts stratégiques.</li></ul>	