

1. Record Nr.	UNINA9910275035403321
Autore	Astic Valérie
Titolo	Les métamorphoses de la marque // Jacques Larrieu
Pubbl/distr/stampa	Toulouse, : Presses de l'Université Toulouse Capitole, 2018
ISBN	2-37928-013-4
Descrizione fisica	1 online resource (173 p.)
Altri autori (Persone)	Castets-Renard Céline Crampes Claude Julien Jérôme Kovar Robert Larrieu Jacques Magne Stéphane Mendoza-Caminade Alexandra Meunier-Coeur Isabelle Morvilliers Nicolas Ravina-Thulliez Béatrice Rousseau Pierick Trefigny-Goy Pascale
Soggetti	Law marketing directive fonction droit de la consommation litige
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	La marque, signe distinctif traditionnel, est en pleine mutation. Identifiant des produits et services de l'entreprise, elle est aussi un instrument de conquête du marché. La marque fait vendre le produit ; elle fait désirer le service. Elle est un condensé de l'image de l'entreprise et reflète sa réputation de sérieux, de fiabilité, de

compatibilité avec le développement durable, son aura de luxe,... La prise en compte par le droit de cette puissance de la marque, jusque là principalement exploitée par le marketing et la publicité, ouvre des perspectives nouvelles. La marque, titre longtemps tenu pour inférieur car non associé comme le brevet ou le droit d'auteur à la créativité et à l'ingéniosité, pourrait désormais jouer un rôle de premier plan, non pas seulement comme indicateur d'origine, mais comme moyen de protection du goodwill, voire du savoir-faire de l'entreprise. Les juristes, économistes, spécialistes du marketing, universitaires ou praticiens, présentent ici leurs regards croisés sur ces phénomènes.
