

1. Record Nr.	UNINA9910634089203321
Autore	Londeix Olivier
Titolo	Le biscuit et son marché : Olibet, LU et les autres marques depuis 1850 / Olivier Londeix
Pubbl/distr/stampa	Tours, : Presses universitaires François-Rabelais, 2022
ISBN	2-86906-819-0
Descrizione fisica	1 online resource (350 p.)
Collana	Tables des hommes
Soggetti	Economics Business History industrie économie consommateur histoire contemporaine alimentation
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Dans la seconde moitié du xixe siècle, les premiers biscuitiers industriels français édifient des usines dont les photographies montrent la précocité de la fabrication en continu. Les produits d'Olibet ou de LU sont emballés et vendus sous un nom de marque annoncé par la réclame. Au croisement des interactions entre les acteurs du marché, la marque occupe une place révélatrice de la complexité des relations associant compétition et coopération, entre fabricants, distributeurs et consommateurs. Avec « l'embellie de la Belle Époque », l'accélération de l'urbanisation et l'embourgeoisement de la population se traduisent par la diffusion d'une culture moderne de consommation. Il s'agira ainsi de reconstituer les processus à travers lesquels les acteurs du marché ont associé la diffusion de leurs marchandises à la « fabrique du consommateur ». Après la Seconde Guerre mondiale, la première génération de biscuitiers doit faire face à l'amplification de la

consommation de masse, à l'émergence de la grande distribution et à l'intrusion en Europe des capitaux et des méthodes de gestion anglo-saxons - le marketing. Comment les stratégies d'alliances, à l'origine de la constitution du groupe BSN-Danone, ont-elles pu répondre au « défi américain » ?
