

# Sommaire

<b>Avant-propos</b> .....	7
<b>Remerciements</b> .....	9
<b>Préface 2017</b> .....	11
<b>Préface des éditions précédentes</b> .....	13
<b>Introduction – Le marché : clé de voûte de la démarche marketing</b>	15
<b>Chapitre 1. La définition d'un marché</b> .....	21
<b>Chapitre 2. L'analyse d'un marché au sens étroit : taille, structure et tendance</b> .....	41
<b>Chapitre 3. L'analyse d'un marché au sens large : les différents acteurs</b> .....	79
<b>Chapitre 4. Le diagnostic de marché</b> .....	163
<b>Chapitre 5. De l'analyse du marché à la décision marketing</b> .....	203
Cas n° 1 – Quel positionnement pour Microsoft dans le secteur en pleine mutation des consoles de jeux vidéo ?, <i>Nabyla Daidj</i> .....	206
Cas n° 2 – De Elle & Vire à Cœur de Lion : la <i>success-story</i> d'une marque ou comment assurer la réussite depuis l'analyse du marché jusqu'à la mise en place d'actions osées, <i>Patrick Longuet</i> .....	219
Cas n° 3 – « Bienvenue dans la meilleure chaîne de <i>coffee shops</i> d'Europe » : Costa Coffee à la conquête de la France, <i>V. Boulocher-Passet</i> .....	227
Cas n° 4 – Rajeunir Shiseido !, <i>Philippe Rebière</i> .....	242
Cas n° 5 – Chop'd sur le marché du <i>fast-food</i> britannique: LE bar à salades pour gastronomes ?, <i>Véronique Boulocher-Passet, Peter Daly &amp; Sabine Ruaud</i> .....	260

<b>Comment étudier un marché? Fiche de synthèse – Plan type</b> .....	273
<b>Bibliographie générale</b> .....	275
<b>Index</b> .....	277
<b>Lite des tableaux</b> .....	281
<b>Liste des figures</b> .....	282
<b>Table des matières</b> .....	283

Pour la cinquième fois, ce livre est toujours plus loin de l'évolution et de ses enjeux. Construire un enseignement qui approfondisse la démarche n'est pas chose aisée. Cet ouvrage est devenu plus stimulant depuis 2010, car il s'adresse aux étudiants d'un niveau qui ne consacrent, en général, que peu de l'intérêt toujours croissant aussi par de nombreux auteurs, ce qui est notable, qui permet de donner une vision globale. Aussi, si ce livre est différent des éditions antérieures, il ne se focalise pas sur un seul aspect, mais d'amener le lecteur à une réflexion globale. Dans ce but, nous avons ajouté des annexes, qui nous semblent indispensables pour l'étude de ce marché. Nous avons actualisé les données des quatre premiers chapitres sur certains marchés régionaux qui se réinventent ou s'adaptent au changement des habitudes de consommation, des versements climatiques, etc. plus qu'à l'austérité des politiques économiques fondamentales et essentielles, telles que la qualité, la durabilité, mais aussi à des valeurs éthiques, capable de générer de nouvelles opportunités face à une accélération des mutations, plus que jamais être en mesure de saisir les mutations et préparer l'avenir, qui dépendent étroitement de ces choix.