

ACTIVITE N°3 :

ETUDE D'UN PRODUIT.

*« La Twingo Initiale ».*

# SOMMAIRE :

1. Introduction
2. Logos et Histoire de la marque
3. L'entreprise
4. Le produit
5. Le prix
6. La communication
7. La distribution
8. Conclusion

## INTRODUCTION :

Dans le cadre des activités de terminal, le professeur nous a demandé de réaliser un travail sur un produit de notre choix, en respectant le déroulement du plan de marchéage.

Pour l'étude de produit, j'ai choisi de prendre une voiture car l'automobile est un sujet qui m'intéresse particulièrement.

Mon choix s'est porté sur la marque Renault car c'est une forte présence dans le marché automobile français et je trouve donc intéressant d'étudier le produit d'une marque ambitieuse ayant une organisation et un mode de développement aussi perfectionné.

J'ai consacré mon étude à *la Twingo Initiale* qui est la petite dernière du constructeur et aussi la version haut de gamme.

Pour cela j'ai pris contact avec Madame Christiane Leroy qui est directrice de la communication au siège de Renault à Boulogne-Billancourt en lui demandant de me faire part d'une documentation complète nécessaire à l'étude du produit.

# LOGOS ET HISTOIRE DE LA MARQUE :

## Biographie de l'inventeur de la marque au losange :

Renault, Louis (1877-1944) : industriel français, pionnier de l'industrie automobile, fondateur de la société automobile Renault. Né à Paris en 1877 Louis Renault conçut son premier véhicule en 1898. Dès 1899, il fit breveter la boîte de vitesses. Puis, avec l'aide de ses frères, il fonda l'usine Renault Frères.

Le nouveau constructeur gagna rapidement la reconnaissance du milieu de l'automobile avec de nombreux succès dans les courses automobiles. Louis développa alors son entreprise, dont il diversifia la production. Pendant la Première Guerre Mondiale, l'entreprise Renault se convertit dans la production de guerre, avec notamment le char Renault FT.

L'entreprise continua sa fulgurante ascension, jusqu'à la fin de la Seconde Guerre Mondiale Louis Renault fut alors accusé de collaboration avec les forces d'occupation allemandes. Il mourut en 1944.

- Le premier logo fut créé en 1900 suite à l'association de Louis RENAULT et de ses 2 frères Marcel et Fernand qui créa le 25 juin 1899 la Société Renault Frères, au 10 avenue du cours à Billancourt. Société qui fabrique des automobiles.



1900

Pour faire connaître leur voiture, Louis et Marcel font de la course automobile et y rencontrent bon succès.



- Le second logo en 1906 représentant une voiture de face dans un engrenage :



1906

- En 1914-1918, c'est la première guerre mondiale où Renault s'illustre grâce au taxi de la Marne et plus tard aux chars ayant permis la victoire sur les allemands.

- Le troisième logo en 1919 représente un char d'assaut pour la force :



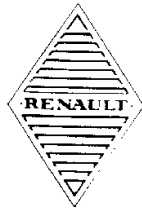
1919

- En 1923, la guerre est oubliée, le logo contient désormais le nom RENAULT assez célèbre pour vendre les voitures. C'est un motif désormais rond, en forme de grille ajourée :



1923

- Dans les années 1925, le capot des voitures Renault adopte une forme d'étrave, pour s'adapter le cercle devient alors un losange, forme d'aujourd'hui :



1925

- En 1945, après la seconde guerre, une partie des usines de Billancourt est détruite. L'entreprise est nationalisée en 1945. La 4 CV connaîtra un succès mondial et remettra la régie en place.

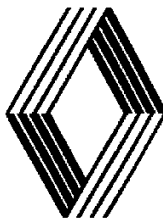
- En 1960, un sixième logo est créé à partir du précédent. Celui-ci sera appliqué dans tout le réseau de la marque, normalisation oblige.



1960

- En 1970, une enquête est lancée, la notoriété du losange est faible (52 %). Une étude de l'évolution du losange est lancée. On fait appel à Vasarely pour concevoir le nouveau losange qui durera jusqu'en 1992, un record. Pas de mention du nom RENAULT, forme purement abstraite.

- Sa notoriété atteint un score de plus de 90 %.



1972

- En 1992, le dernier losange est créé par Style Marque, tout en volume, lisse, il rappelle les bouchons de radiateur



# L'ENTREPRISE :

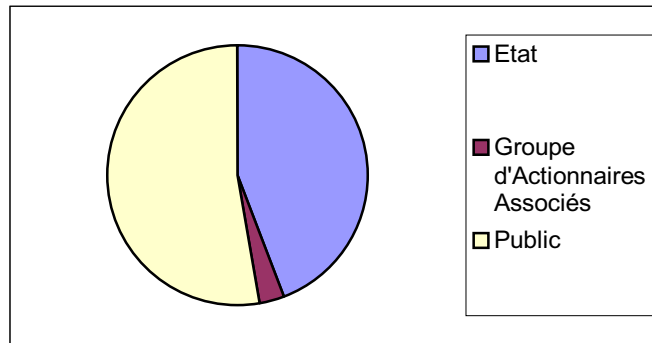


Renault est une société anonyme au capital de 5 994 964 175 Francs.

Nombre total d'actions : 239 798 567.

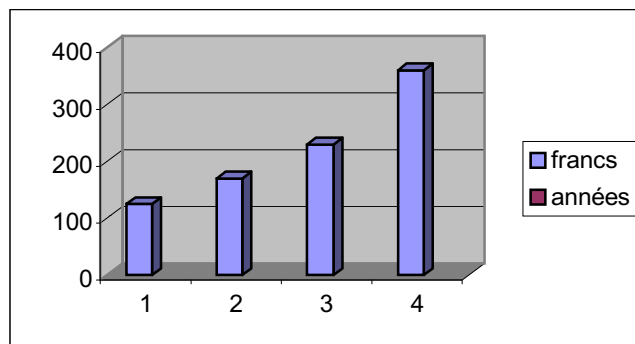
## Répartition du capital : Au 31 décembre 1999.

L'Etat est actionnaire à 44.22 % du capital, le groupe d'actionnaires et associés sont actionnaires à 3.14 % et le public dont salariés et autres sont actionnaires à 52.64 %.



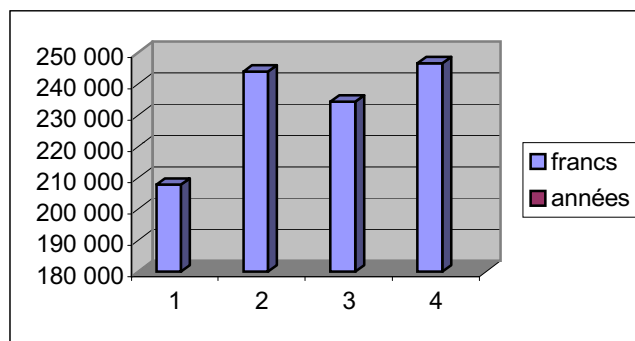
## Cours de l'action Renault :

Nous pouvons remarquer que l'action Renault n'a cessé d'augmenter ; de 125 francs en 1997 à 360 francs en 2000.



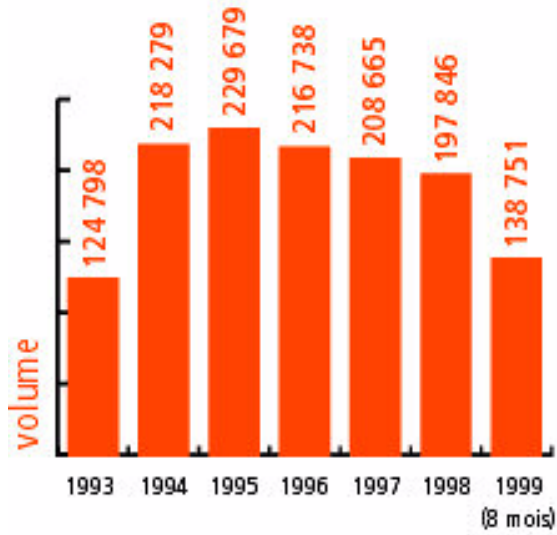
## Chiffre d'affaires :

Le chiffre d'affaires lui a diminué en 1999 puis à atteint plus de 246 589 millions de francs.

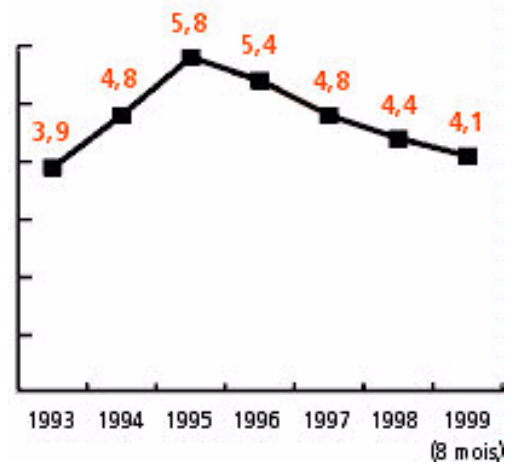
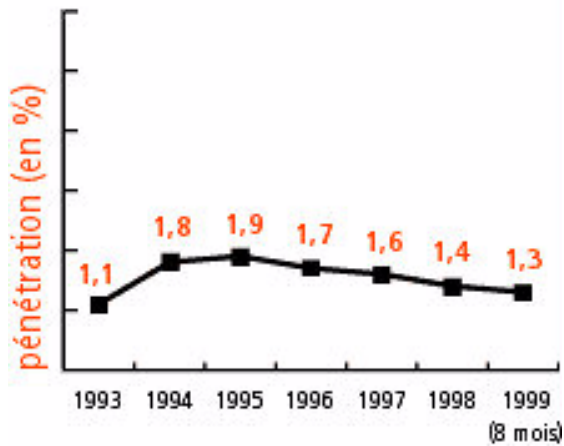
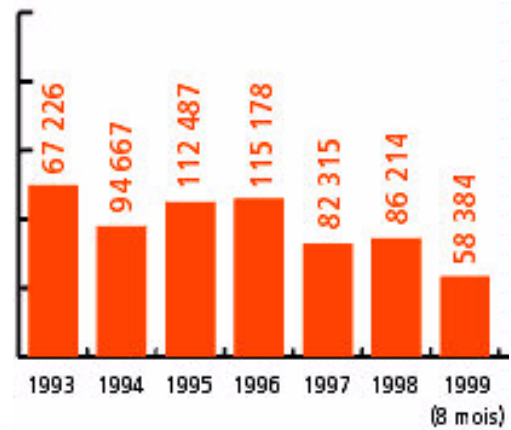


Evolution des ventes et taux de pénétration :

Evolution des ventes **en Europe**  
depuis le lancement



Evolution des ventes **en France**  
depuis le lancement



## LE PRODUIT :

### *La Twingo Initiale.*



Lancée en avril 1993, Renault *Twingo* tourne aujourd'hui une page de son histoire. Commercialisée dès le mois de septembre 2000, la nouvelle *Twingo* arrive avec un enrichissement particulièrement conséquent tant en terme d'évolutions techniques que d'équipements. Encore plus confortable, elle est également plus équilibrée, dotée d'une meilleure tenue de route, d'un guidage plus précis, d'une direction assistée plus homogène et d'un freinage plus performant et plus endurant. D'une présentation plus élégante et plus aboutie, tant sur les aspects intérieurs qu'extérieurs, *la nouvelle Twingo* rend la vie à bord plus agréable.



## La production :

Chez Renault le processus de production est mondial, c'est pour cette raison que les sites de production et les activités sont réparties dans le monde. La France est le pays où il y a le plus d'usine et notamment dans le nord où se situe des usines de carrosseries et de montage, des usines mécaniques et quelques usines de fonderie.

La carrosserie et le montage de *la Twingo* sont réalisés dans l'usine de Flins qui se situe à une centaine de kilomètres de la capitale, la voiture est pilotée par un système automatique qui contrôle le montage. Cependant *la Twingo* est aussi conçu en Colombie et en Uruguay.

Au 31 décembre 1999, cette usine à produit 202 141 voitures avec un effectif de 6 654 employés. Cette même année la production totale de ce modèle était de 1 544 242 véhicules.

## La Twingo dans la Pyramide de Maslow :

La Renault *Twingo* dans la pyramide de Maslow détient trois caractéristiques :

L'estime : pour la notoriété de la voiture.

L'appartenance : pour la marque.

La sécurité : pour les nouveaux système de sécurité.

## Les caractéristiques :

MOTEUR	BOITE DE VITESSES	FREINAGE
1,2 litres	Nb de rapport : 5	Roue avant : Disques ventilés
Moteur transversal,		Roue arrière : Tambours
4 temps, 4 cylindres en ligne		
Cylindrée : 1149 cm <sup>3</sup>		
Ch : 60		
Tr / m : 2500		

SUSPENSION	DIRECTION
Train avant : Barre antirollis, Amortisseurs hydrauliques	Assistée variable
Train arrière : Essieu souple, Amortisseurs hydrauliques	Braquage entre trottoirs/murs : 9,65/10

PNEUMATIQUES	CAPACITE	CONSOMMATION
155/65R14	Volume du coffre (dm <sup>3</sup> ) : 168-1096	Cycle complet : 6,2
	Réservoir carburant : 40 litres	Cycle extra-urbain : 5,3
		Cycle urbain (départ à froid) : 7,7

Versions : Twingo Initiale 1.2

Ligne Aérodynamique
Bouclier avant et arrière ton carrosserie
Jante en alliage 14 pouces
Peinture métallisée vernie ou nacrée
Visibilité et éclairage
Essuie-lave lunette arrière
Essuie-vitre mono balai
Projecteurs antibrouillards
Rétroviseurs intérieur et extérieur
Conduite et sécurité
Alarme sonore d'oubli d'extinction des feux
Alarme
Antidémarrage
Airbags conducteur et passager
Airbags latéraux
Appuis-tête avant à protection rapprochée
Appuis-tête arrière
Boite 5 vitesses
Ceinture de sécurité à retenue programmée
Direction assistée
Freinage ABS
Structure renforcée
Système anti-incendie
Feu stop arrière
Equipement et confort
Banquette arrière à fonction portefeuille
Clé unique
Climatisation et pare-brise réfléchissant
Lève-vitres électriques avant
Montre numérique intégré au compteur
Poignées de maintien
Radiosat 6000 CD avec satellite de commande au volant
Rangement fermé coté conducteur
Rangement ouvert sous planche de bord
Recyclage d'air
Sellerie et volant cuir
Vitres et pare-brise teintés

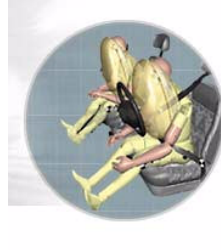
## La sécurité :

La sécurité active et passive améliore *la nouvelle Twingo* à travers une base roulante repensée qui a été transformé dans le but d'améliorer le comportement du véhicule, le nouveau système de freinage a été amélioré pour accroître son endurance, le confort au niveau de la direction assisté est nettement supérieur.

La vie à bord est plus agréable de part une liste d'équipements plus complète et de nouveaux systèmes :



1



2



3

1. Appui-tête à protection rapprochée qui prend en compte les différences de taille et qui se situe naturellement au plus près de la tête.
2. Airbags et ceintures à retenue programmée avec un dispositif exclusif Renault qui dose et répartie l'énergie de retenue des occupants.
3. Airbag latéral tête-thorax qui amortit les chocs latéraux sur l'ensemble de l'occupant y compris la tête.

## Les services et l'assistance Renault :

En plus de sa rondeur, de sa gaieté, de son tempérament, ce monospace vous est vendue avec tous ces services : dans tous les ateliers Renault, un tarif préférentiel vous est réservé, comprenant un forfait kilométrique ainsi que la couverture d'assurance.

Renault Minute : Un service sans rendez-vous, qui effectue les opérations courantes d'entretien ou de maintenance.

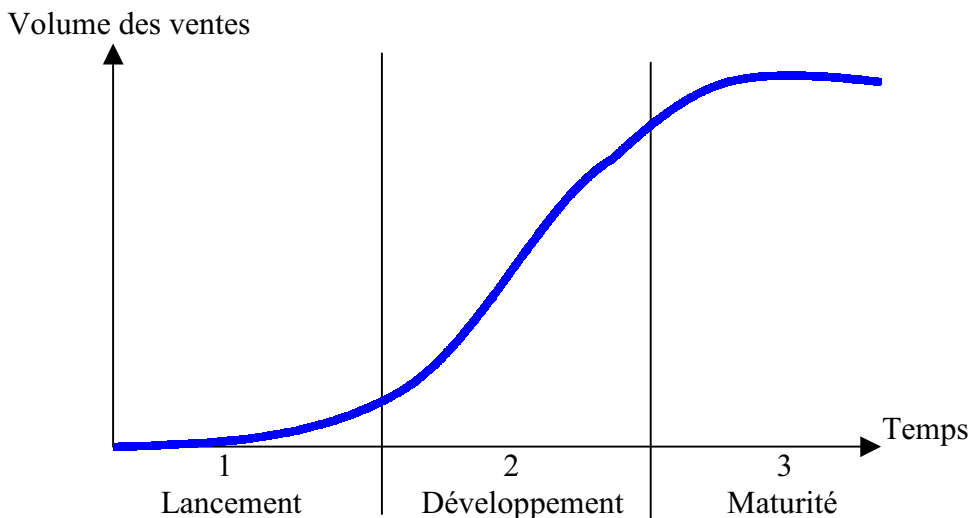
Renault Assistance : Un principe, l'écoute permanente 24 heures sur 24, vous pouvez être dépanné sur place ou remorqué jusqu'au point Renault le plus proche.

La garantie Réparation : toute intervention effectuée dans le réseau Renault est garantie un an, quel que soit l'âge du véhicule. En cas de défaillance sur la réparation effectuée, la garantie est totale : pièces et main d'œuvre.

## Le type de produit :

*La Twingo* fait évidemment partie des biens à utilisation prolongée, c'est donc un produit durable mais aussi un produit anomal car elle demande de la réflexion avant de se la procurer. Souvent copiée, jamais égalée, cette petite berline est un produit de comparaison par rapport à son prix et ses qualités, cependant elle place la barre encore plus haute pour ses concurrentes. (la Citroën Saxo, l'Opel Agila, la Peugeot 106, la Seat Arosa et la Toyota Yaris)

## La vie du produit :



*La Twingo* est en fin de vie, elle entame sa huitième année d'existence, mais elle sait plaire et ne se démode pas. Il faut dire qu'elle n'a toujours pas été détrônée.

Aujourd'hui, le cycle de vie de *la Twingo* est en phase de maturité il faut dire qu'elle a subi des modifications afin d'être relancé et ne pas tomber dans la phase de déclin.

Pour s'adapter aux différents segments de la clientèle et se diversifier Renault a développé une gamme de produit allant de 58 000 à 80 000 Francs :

- la Twingo Authentique
- la Twingo Expression
- la Twingo Privilège
- la Twingo Initiale.

## L'identification du produit :

Justification du nom : *Twingo* : c'est un mot qui a été conçu pour être facilement identifiable et pas trop long à prononcer. Il a fallu aussi qu'il soit reconnaissable au niveau international.

Slogan : « **A vous d'inventer la vie qui va avec.** »

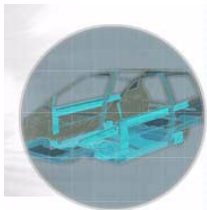
Le slogan a été établi dans le but de laisser le choix aux consommateurs de faire ce que bon lui semble.

## Emballage et conditionnement :

Chez Renault, depuis des années la sécurité est au meilleur niveau pour tous les modèles, tous les occupants ; en effet plus de 400 crash-tests par an sont réalisés par un organisme européen indépendant et placent aujourd'hui toute la gamme Renault au meilleur niveau de sécurité passive.



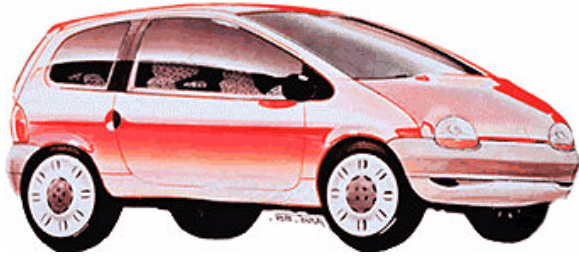
Pour assurer votre protection et celle de vos passagers, *Twingo* bénéficie de tout le savoir-faire de Renault dans le domaine de la sécurité. Ainsi, en cas de choc violent, sa structure à déformation programmée garantit l'intégrité de l'habitacle : grâce à des zones techniques qui se déforment progressivement, l'énergie libérée dans le choc est, en grande partie, absorbée par la carrosserie.



Afin de la protéger contre le vol, elle est équipée d'un système antidémarrage.

Le respect de l'environnement est pleinement pris en compte afin d'être conscient de l'avenir, pour cela Renault applique les remèdes : motorisations essence à émissions de CO2 diminuées, motorisations diesel plus propres, post-traitement des émissions polluantes par pot catalytique, usage de carburants de substitution comme le gaz naturel.

## Design :



Le design extérieur de la nouvelle *Twingo*, garde son côté intemporel. Néanmoins, le look est plus frais et plus novateur grâce aux nouveaux phares et projecteurs antibrouillard à glace lisse. Les anciens enjoliveurs et les jantes ont été remplacés. Concernant les teintes de carrosserie, 2 couleurs sont disponibles : noir et amende :



*La Twingo* est un produit conçu autour d'un design important, on le voit grâce à sa ligne aérodynamique qui est formée de boucliers avant et arrière peints ton carrosserie avec des bourrelets de protection, d'enjoliveurs de roues aérodynamiques et d'une peinture métallisée vernie ou nacrée.

En ce qui concerne l'intérieur *la Twingo* offre un tout nouveau confort de conduite. Les nouveaux sièges en cuir offrent une situation bien assise, un maintien efficace et une mémoire fidèle de la position habituelle du conducteur. Des nouveaux matériaux absorbent les sons pour une meilleure insonorisation.



## Les signes de qualité :

### Les qualités objectives :

POIDS ET DIMENSIONS	
Poids à vide : 820 Kg	
Poids remorquable freiné : 600 Kg	
Longueur : 3433 mm	
Hauteur : 1423 mm	
Largeur : 1630 mm	
Largeur aux coudes AV : 1396 mm	
Largeur aux coudes AR : 1356 mm	

PERFORMANCES	
Vitesse Maxi : 168 Km/h	
0 à 100 Km/h : 11,7 secondes	

Pour se procurer la *Twingo Initiale* il faut une durée entre trois semaines et un mois, en général il y en a au moins une ou deux de disponibles sur place.

Les résultats des taux de panne du véhicule ne sont fournis au public, cependant, ils sont disponibles dans un magazine interne à l'entreprise, il faut savoir que cette étude est assez coûteuse car il est difficile de répertorier toutes les personnes possédant une *Twingo* qui sont tombés en panne.

## Le positionnement :



*La Twingo Initiale* est la version la plus snob de la gamme et depuis son lancement elle connaît un franc succès et s'affirme plus que jamais comme une référence sur le marché des petites citadines. Sur les cinq premiers mois de l'année 2000, elle est ainsi en France la troisième voiture la plus vendue dans le segment des petites avec 9.2 % de part de marché derrière sa sœur Clio et la Peugeot 206.

## LE PRIX :



### Version et prix :

VERSION	PRIX
1,2 Litres	77 000 F

### Equipement :

#### De série :

4 airbags, jantes alliages, Peinture Métallisée, Antibrouillard avant, Sellerie cuir, Radiosat 6000 CD, incrustations en bois.

#### En option :

Airbags latéraux : 1500 F, Pare-brise réfléchissant : 800 F et Climatisation 7000 F.

### Principaux équipements supplémentaires par rapport à la version Twingo Privilège :

- Airbags latéraux
- Climatisation
- Jantes en aluminium 14 pouces
- Peinture métallisée
- Projecteurs additionnels
- Radio CD 6000
- Selleries cuir + volant cuir
- Surtapis avant et arrière

## LA DISTRIBUTION :

Le réseau Renault est composé d'un réseau primaire comprenant les établissements Renault France Automobile et les concessions et d'un réseau secondaire comprenant les agents.



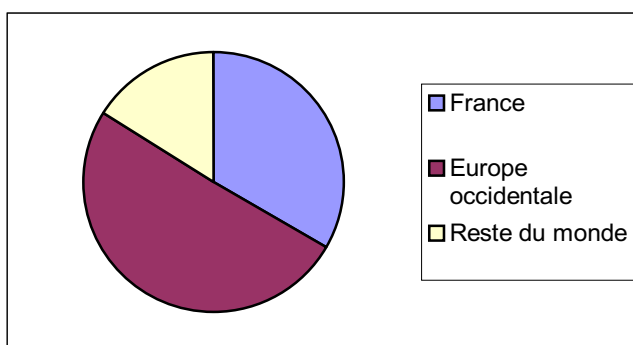
### Ventes de Renault en Europe occidentale :

Renault est distribué en Allemagne en Italie, au Royaume-Uni, en Belgique, au Pays-Bas, en Autriche, en Suisse, en Suède, en Grèce, en Irlande et le groupe est leader en Espagne et au Portugal.

### Ventes de Renault hors Europe occidentale :

Renault est distribué en Pologne, au Brésil, au Maroc, en Hongrie, en Israël, en République Tchèque, en Colombie, en Tunisie, en Croatie et le groupe est leader en Turquie, en Argentine et en Slovénie.

### Répartition des ventes dans le monde : en volume et en % des ventes totales en 1999.



Total des ventes : 2 368 554

- En Europe occidentale hors France Renault a vendu 1 196 207 véhicules ce qui correspond à 50.50 %.
- En France Renault a vendu 788 073 véhicules ce qui correspond à 33.27 %.
- Dans le reste du monde Renault a vendu 384 274 véhicules ce qui correspond à 16.23 %.

## LA COMMUNICATION :



### 1. Actions avant lancement :

Le principal événement du salon de Paris fut la présentation de *la Twingo*. La révélation de ce véhicule particulièrement révolutionnaire suscita, auprès du public et de la presse la sympathie et l'adhésion du concept.

La notoriété du produit était acquise. Seulement un problème se posait : Comment animer l'intention d'achat du client entre la période de révélation du produit et sa commercialisation ?

Durant cette période de six mois, de nombreuses actions de communication ont été entreprises :

#### A ). Opération Presse :

Il faut bien garder à l'esprit que la presse est un formidable vecteur de communication et également un facteur d'influence sur le comportement d'achat des consommateurs.

C'est pourquoi Renault s'est lancé, durant les six mois précédant le lancement de *la Twingo*, dans une véritable campagne de presse : Photo-révélation début septembre, conférence de presse et dossier de presse, interviews durant le salon de l'automobile de Paris, essais presse en décembre et en janvier, prêts de voitures en novembre et décembre.

#### B ). Opération réseau :

L'objectif était, à chaque étape de présentation de *la Twingo* à des cibles extérieures à l'entreprise, de donner prioritairement l'information au personnel de Renault et aux fournisseurs pour les valoriser.

Il fallait qu'une bonne compréhension du concept transforme chacun en prescripteur et fasse passer un courant global de sympathie et de gaieté qui dépasse le produit lui-même.

C'est pourquoi un affichage à eu lieu début septembre, une présentation du produit sur les lieux de travail s'est déroulée avant le salon de Paris, des articles dédiés à *la Twingo* ont été réalisés dans les journaux de l'entreprise et des brochures commerciales et accessoires *Twingo* étaient mis à la disposition du personnel. Des réunions de travail ont été réalisées durant le salon de l'automobile et des conventions *Twingo* réunissant l'ensemble des concessionnaires, ont été mises en place mi-janvier.

#### C ). Opérations grand public :

L'ensemble des curieux ont pu assister à la présentation de *la Twingo* au salon de l'automobile. Des brochures expliquant le concept du produit étaient mises à leur disposition.

Une campagne de publicité a été lancée en décembre ; pour la première fois Renault va s'appuyer sur son succès en automobile pour lancer et présenter son petit dernier : *la Twingo*.

Une belle preuve d'audace qui reflète le concept du produit, audacieux et insolite ; la même audace qu'à eu Renault de se lancer à nouveau dans la formule 1 et de gagner deux ans !

La diffusion du prix s'est faite mi-janvier ainsi que la transformation des bons de réservations en bon de commandes.

## 2. Les opérations de lancement :

Les opérations de communications se sont concentrées sur deux médias très puissants et à effet rapide : la télévision et l'affichage.

Le spot publicitaire, diffusé à partir du 29 mars, épouse parfaitement le concept de ce produit tout en respectant la rentabilité du projet.

Tout comme *la Twingo*, qui annonce une nouvelle génération d'automobile, cette campagne dévoile un nouveau langage publicitaire.

### Les principales caractéristiques de cette campagne :

- Une campagne unique au style aussi novateur que le concept du produit.
- Un traité volontairement simple : *La Twingo* est suffisamment connue pour être symbolisée par un dessin.
- Les quatre éléments essentiels de la voiture sont soulignés :
  - sa rondeur,
  - sa couleur,
  - son espace intérieur,
  - sa polyvalence.
  
- Une signature incitative pour mobiliser fortement le public :

Afin de personnaliser au maximum *la Twingo* et sensibiliser le public au concept du produit, le discours principal repose sur un message conceptuel.

- Une publicité hors média accompagne cette campagne publicitaire :
  - Animation dans les rues et dans les grandes surfaces.
  - Animation dans les concessions.
  - Animation dans les stations de métro.

Enfin, des opérations de PLV sont réalisées sur l'ensemble du réseau.

Les opérations de lancement ont donc été très ciblées mais elles ont su mettre en évidence le caractère conceptuel du produit : audacieux, insolite et à forte personnalité.



## CONCLUSION :

Cette étude m'a permis de mieux connaître les entreprises Renault et plus particulièrement *la Twingo Initiale* grâce à des informations rarement fournies au public, comme les différents points de vente, le processus de fabrication et le chiffre d'affaire de l'entreprise.

Cette petite berline n'a pas pour le moment de concurrente et si prochainement une rivale faisait surface, elle serait difficilement égalable, car ses caractéristiques au niveau du confort et de la sécurité sont à la pointe de la technologie.

La *Twingo Initiale* est un produit très porteur et qui a, je l'espère de nombreux jours devant elle, ainsi que l'ensemble de sa gamme.