

**Jean WATIN-AUGOUARD**

Préface de Marcel BOTTON

# HISTOIRES DE MARQUES

© Trademark ride - Les Éditions d'Organisation, 2003

ISBN : 2-7081-2828-0



93, rue de la Santé - 75013 PARIS  
[www.trademarkride.com](http://www.trademarkride.com)

**Éditions**  
d'Organisation

1, rue Thénard - 75005 PARIS  
[www.editions-organisation.com](http://www.editions-organisation.com)



## A, AA

*Marques déposées par Mediafusion en 1998.*

Comment figurer en tête de liste dans les annuaires des téléphones et certains dictionnaires ? Réponse de Mediafusion, société spécialisée dans la location d'espaces publicitaires : déposer la première lettre de l'alphabet. Un choix qui ne fut pas du goût de France Télécom qui intenta un procès, en 1998, au motif que les Pages Jaunes seraient dévalorisées et perdraient leur caractère alphabétique. C'était compter sans l'avis du tribunal de Paris selon lequel tout signe non descriptif, non trompeur, licite, est apte à constituer une marque valable. Fermons la page !

## Abbaye de Leffe

*Bière, créée en 1240 par les moines de l'abbaye de Leffe.*

L'origine de l'une des plus anciennes bières remonterait à 1240 quand des moines prémontrés fabriquent, pour leur consommation personnelle, une bière. Au xv<sup>e</sup> siècle, l'abbaye Abbij van, située dans le Sud de la Belgique, près de Dinant, aux bords de la Leffe, une rivière affluent de la Meuse, accueille

une brasserie dont la production demeure toujours destinée aux moines. Il faut attendre 1954 pour que Albert Lootvoet d'Overijse, en accord avec les moines, lance la production de bière à l'échelle industrielle. Propriété des brasseries Stella Artois (groupe Interbrew), la bière Abbaye de Leffe peut être Blonde, Brune, Vieille Cuvée, Triple ou Radieuse. Et les moines ont toujours un œil sur... la publicité. De son lancement en France il y a quinze ans à 1999, le budget publicitaire a été détenu par l'agence McCann Erickson qui rappelle, en 1998, que « la première révélation date de 1240 ». Il échoit, en 1999, à Callegari Berville. « Bière culte depuis 1240 », rappelle le slogan, ce serait un « péché » voire un « sacrilège » que de la déguster avec une paille ou dans un verre à moutarde !

## Aberlour

*Single malt, créé par James Fleming en 1879.*

De l'eau dans un single malt ! Une hérésie, diront les puristes. Mais l'eau d'Aberlour est suffisamment pure. Le nom d'Aberlour qui signifie en gaélique « la bouche du ruisseau qui murmure » a été donné par les druides à cette partie de la vallée de la Lour, située dans la

# B

## B'A

*Lait fermenté, créé en 1986 par les laiteries Saint-Hubert, Sapla et Jean-Jacques.*

Les grandes révolutions n'ont jamais eu pour moteur les « masses populaires ». Le bifidus le prouve. Si « une envie de B'A, ça ne s'explique pas », son histoire, elle, peut être racontée. C'est celle d'une bactérie qui bouleverse le marché de l'ultra frais, dans la seconde moitié des années quatre-vingt. Cela commence par un temps de réflexion. Isolé en 1899 par le docteur Tissier, de l'Institut Pasteur, le *Bacillus bifidus communis*, va le rester longtemps, jusqu'à la fin de la décennie 1970 quand les Japonais intègrent, les premiers, dans le yaourt le *Bifidobacterium longum* – une variété de bifidus présente à l'état naturel dans la flore intestinale de l'homme et du nourrisson. Retour en France, le 1<sup>er</sup> avril 1986, lorsqu'un groupement d'intérêt économique (GIE), regroupant les laiteries Saint-Hubert, Jean-Jacques et Sapla (filiale du groupe Perrier), lance, sous licence japonaise un drôle de « poisson d'avril » : B'A, pour Bifidus Actif, un lait fermenté au bifidus actif. La marque B'A, aux mains du groupe Besnier (Lactalis) depuis 1991, a fait des émules avec Ofilus de Yoplait, Bio de Danone et LC1 de Nestlé. Vendu

dans son emballage bleu, B'A Nature n'est pas resté seul puisque la gamme compte plus de dix variétés. A l'exemple d'Actimel (Danone), la marque est aussi commercialisée, depuis 1999, en petites bouteilles enrichies soit en vitamine C (Force vitalité), soit en calcium (Force équilibre). Quand le probiotique devient une préoccupation quotidienne !

## Babar

*Personnage, créé en 1931 par Jean de Brunoff (1899-1937).*

Le célèbre éléphant vert est né de l'imagination d'une mère attentive à ses enfants. L'histoire orale devient livre, grâce au talent du mari et père, peintre de son état. Jean de Brunoff publie le premier titre *Histoire de Babar, le petit éléphant au Jardin des modes*, en 1931. Il signe sept autres titres dont *Le Voyage de Babar* (1932), *le Roi Babar* (1933), *l'ABC de Babar* (1934) ou *les Vacances de Zéphir* (1936). Son fils, Laurent de Brunhoff, reprend le flambeau avec *Babar et ce coquin d'Arthur* (1948). Dernier en date : *Babar et la citée perdue* (1993). Depuis 1996, la Compagnie européenne de parfums détient la licence pour des eaux de toilette Babar et Babar pour Céleste.



---

## C&A

*Enseigne de vêtements, fondée en 1841 par Clemens et August Brenninkmeijer.*

C&A ou les initiales des prénoms de deux frères, Clemens et August, vendeurs ambulants de tissus et de mercerie au début du XIX<sup>e</sup> siècle. Après avoir créé un entrepôt, en 1841, à Sneek, une petite ville de la Frise, aux Pays-Bas, ils ouvrent leur premier magasin en 1861. L'Allemagne, leur pays d'origine, accueille un premier magasin en 1911. Suivra la Grande-Bretagne en 1922 (qu'elle quittera en 2000). C'est en 1972 que l'enseigne plante ses couleurs, rouge et bleue, en France où elle compte, en 2001, cinquante et un magasins. Depuis 1984, le groupe qu'on baptise du surnom de « *Cheap and Awful* » (« Pas cher et affreux ») développe également une chaîne de magasins discount à l'enseigne Marca. Dirigée par la cinquième génération Brenninkmeijer, l'enseigne souffre, à la fin des années quatre-vingt-dix, d'une image vieillissante. Son slogan « *Customer Always* », comme C&A, perd de sa pertinence. Tournant le dos à l'uniformité – un seul label C&A – elle lance sous le nouveau slogan « *Fashion of living* » treize marques : Yessica pour la femme active, Angelo Litrico pour l'homme,

Clockhouse destiné aux juniors, etc. Cette dernière devient même une enseigne à part entière du groupe pour séduire les 16-25 ans. Parallèlement, une ligne de vêtements et une gamme d'accessoires à l'effigie des célèbres personnages de Mickey est lancée en 2000. Rompant avec une communication européenne, le groupe confie à Publicis la nouvelle campagne française en 2001. Slogan : « *C&A by vous* ».

[www.c-et-a.fr](http://www.c-et-a.fr)

## Cacharel

*Prêt-à-porter, créé en 1962 par Jean Bousquet (1932- ).*

Quelle jeune fille sage n'aura pas eu son petit chemisier en crépon ou en Liberty Cacharel ! L'histoire de la marque commence à Nîmes, dans les années soixante, avec un homme sans le sou, frais émoulu d'un collège d'enseignement technique : Jean Bousquet. Un stock de crépon coloré suffit à le lancer dans la couture, sous le pseudonyme d'un nom d'oiseau de Camargue, Cacharel ! Le succès est rapide et permet, à la fin de cette décennie, un élargissement aux vêtements femmes, hommes et enfants. De grands noms de l'architecture et du décor d'intérieur



---

## Daewoo

*Conglomérat coréen, créé en 1967 par Kim Woo-Choong.*

Daewoo – prononcez dé-ou – signifie « le grand univers ». Fondé en 1967 par Kim Woo-Choong, alors âgé de vingt-neuf ans, le *chaebol* ou conglomérat coréen, présent dans cent soixante-cinq pays, commercialise plus de trois mille produits autour de vingt-quatre divisions principales : le négoce international, la construction et le BTP, l'industrie automobile, l'électroménager et l'électronique grand public, les équipements de télécommunications, l'industrie lourde, les chantiers navals, l'hôtellerie, l'immobilier et les services financiers, etc.

Présent en France depuis 1988, avec Daewoo Electronics et depuis 1995 avec Daewoo Automobile France, la marque a lancé sur le marché de nombreux modèles : Nexia, Espero (dessinée par le célèbre designer italien Bertone), Lanos, Nubira, Leganza, Matiz (« Matez ma Matiz ») et le monospace Rezzo (« Rezzolument surprenant »). En faillite depuis le 8 novembre 2000, Daewoo Motors est repris par le duo General Motors-Fiat en 2001.

## Dalloyau

*Pâtisserie, fondée en 1802 par la famille Dalloyau.*

Dalloyau ? Macarons ! Macarons parfumés au chocolat, au café, à la pistache mais aussi à la rhubarbe, au potiron, à la tarte tatin... Chaque mois a sa nouvelle recette. En presque deux siècles d'existence, les variations dépassent l'imagination. Mais en tant que Maître Chocolatier, Maître Pâtissier, Maître Traiteur, glacier de grande renommée et orfèvre en sucre d'art, la maison a de quoi satisfaire le plus difficile des gourmets. Fondée en 1802 par la famille Dalloyau, au 109, rue du Faubourg Saint-Honoré, l'entreprise familiale doit sa réputation à quatre générations de pâtissiers.

En 1949, Andrée et Cyriaque Gavillon reprennent l'affaire à la famille Dupin/Dupré et laissent derrière eux un *must* de gourmandise : l'Opéra (en hommage à la scène du palais Garnier). Leur fille cadette, Nadine Bernadet leur succède, en 1975, avec comme objectif, l'exportation des huit mille recettes Dalloyau. De soixante-quinze personnes au début des années soixante-dix, l'entreprise est passée à près de quatre cent cinquante aujourd'hui et compte une petite dizaine de boutiques à l'étranger (cinq

# E

---

## Eau de Cologne Extra-Vieille

*Eau de Cologne, créée en 1806  
par Jean-Marie Farina.*

Aujourd'hui, propriété de la maison RogeR & Gallet, l'Eau de Cologne Extra-Vieille mérite bien son adjectif. La formule serait née au XVII<sup>e</sup> siècle, en Lombardie. Un représentant de commerce, Gian Paolo Feminis, qui vend des senteurs légères surnommées *aqua mirabilis* (eau merveilleuse) en raison de leurs vertus thérapeutiques, quitte l'Italie pour l'Allemagne et vend, à Cologne, une *aqua mirabilis* de sa composition. A sa mort, en 1763, il lègue à ses petits-neveux, Jean-Marie et Franz Maria Farina (moine chartreux), le secret de sa formule. Quand le second confie, en 1792, en guise de cadeau de mariage, le secret de la composition à Wilhelm Muelhens (lire l'article Eau de Cologne Originale 4711), le premier, Jean-Marie, s'installe à Paris, en 1806, comme parfumeur, rue Saint-Honoré. Il doit à Napoléon I<sup>er</sup>, grand consommateur d'eau de cologne, le succès de son Eau de Cologne Extra-Vieille. En 1840, la maison est rachetée par Jacques Colas qui la cède à ses gendres Armand Roger et Charles Gallet, en 1862.

## Eau de Cologne Impériale

*Eau de Cologne, créée en 1853  
par Pierre-François Guerlain.*

Clientèle de prestige pour la première fragrance de la maison Guerlain, l'impératrice Eugénie reçoit, en 1853, l'année même de son mariage avec Napoléon III, un parfum créé spécialement à son intention. Pierre-François Pascal Guerlain le baptise Eau de Cologne Impériale. Jacques, son petit-fils, aura moins de succès avec Eau de Cologne du Coq lancée en 1894. Eau de Cologne Impériale compte encore aujourd'hui une clientèle importante. Et le flacon n'a pas changé : rond, décoré d'abeilles avec une étiquette vert Empire et l'aigle impérial.

## Eau de Cologne Mont-Saint-Michel

*Eau de Cologne, créée en 1920  
par Paul André Serre.*

Née dans les chaudrons de cuivre d'un atelier parisien en 1920, l'Eau de Cologne Mont-Saint-Michel n'a qu'un rapport très lointain avec le célèbre site dont elle porte le nom. Au début des



---

## Fabergé

*Joaillerie, créée en 1872  
par Carl Fabergé (1846-1920).*

Retracer l'histoire de la maison Fabergé revient à ouvrir l'album de famille des Romanov et à plonger dans les traditions de la famille impériale de Russie : les œufs de Pâques – qui ont fait la réputation de Carl Fabergé – sont nés à la demande du tsar Alexandre III, demande réitérée par Nicolas II. Fournisseur officiel de la cour de Russie, le joaillier et orfèvre de génie lui doit sa renommée internationale et n'a d'ailleurs pas, lui non plus, survécu à la révolution... Lorsque Peter Carl Fabergé, né en 1846 à Saint-Petersbourg et fils d'un modeste bijoutier, reprend l'entreprise familiale, en 1872, il n'est qu'un joaillier parmi d'autres. Un voyage à travers toute l'Europe occidentale l'ouvre aux nouvelles tendances de l'orfèvrerie, tandis qu'il trouve une source d'inspiration formidable dans la Galerie des bijoux de l'Ermitage, où sont conservés les bijoux de la couronne des Romanov, sous l'autorité du Cabinet impérial. En 1882, ses créations, exposées pour la première fois à la grande exposition panrusse, organisée à Moscou sous le haut patronage du tsar Alexandre III, conquièrent la tsarine. Sa première acquisition : une paire

de boutons de manchette en forme de cigales. Assisté de son jeune frère Agathon, Carl Fabergé devient artiste-joaillier et honore plusieurs commandes du Cabinet impérial, dès 1884. Nommé fournisseur officiel de la cour en 1885, Carl Fabergé doit son statut particulier auprès de la famille impériale à une tradition millénaire, répandue dans toute la Russie orthodoxe, du moujik à l'empereur, qui consiste à offrir ou échanger un œuf, du plus simple au plus somptueux, le jour de Pâques. Ce symbole de la résurrection du Christ est accompagné des trois traditionnels baisers de Pâques et des rituels « Christ est ressuscité », « Oui, Christ est vraiment ressuscité ».

A partir de 1885, Alexandre III confie à Fabergé la commande annuelle d'un œuf de Pâques impérial. Onze œufs, offerts par Alexandre III à la tsarine Maria Fedorovna entre 1884 et 1894 (année de la mort du tsar) auraient été créés par Fabergé, tandis que jusqu'en 1917, le tsar Nicolas II en offrait deux, l'un à sa mère et l'autre à sa femme, Alexandra Fedorovna. Au total, cinquante-six œufs, rivalisant d'ingéniosité et de raffinement, dont les sujets étaient toujours liés aux membres de la famille impériale et aux événements les concernant. Toutefois, la création de



---

## Galleries Lafayette

*Enseigne, créée en 1896  
par Théodore Bader (1864-1935).*

Par deux fois, le toit des *Galleries Lafayette* a servi de piste d'atterrissage : le 19 janvier 1919 pour l'avion de Jules Védrine et le 4 juillet 1948 pour l'hélicoptère d'André Labarthe. Mais la vraie fonction des *Galleries Lafayette* est autre ! Après *le Bon Marché* en 1852, *le Printemps* en 1865, *la Samaritaine* en 1869, *les Galleries Lafayette* sont le dernier grand magasin créé à la fin du siècle dernier par Alphonse Kahn et son cousin Théophile Bader. Alsaciens juifs exilés à Paris, ils ouvrent, le 13 décembre 1893, une boutique de fournitures pour mode et couture au numéro 1 de la rue Lafayette. Ils l'appellent alors *Galleries* et en deviennent propriétaires, le 21 décembre 1896. Le 1<sup>er</sup> septembre 1899 est créée la société anonyme des *Galleries Lafayette* dont l'objet est l'exploitation de la maison *Aux Galleries Lafayette*. En 1904, changement de taille avec l'acquisition des 38-40-42, boulevard Haussmann et 15, Chaussée d'Antin, actuel emplacement du magasin. Dès le début du xx<sup>e</sup> siècle, *les Galleries Lafayette* ont leurs propres ateliers de fabrication et de confection. Et de nombreuses suc-

curiales sont implantées dans le monde entier. Le succès repose sur l'application des méthodes qui font la fortune des autres grands magasins : assortiment large et varié, prix fixes et affichés, faculté pour la clientèle de « toucher, essayer, comparer » librement. Les jeunes employées du quartier Haussmann se privent même de déjeuner pour courir aux *Galleries*, se contentant d'un en-cas très rapide, une « dinette ». Ces « midinettes » feront le succès du magasin surnommé « *Galleries far-fouillettes* ». En 1912, Alphonse Kahn vend ses parts à Théophile Bader, dont les deux filles épousent l'une Raoul Meyer, l'autre Max Heilbronn, successeurs de Théophile Bader.

A la troisième génération, ce sont toujours les gendres qui dirigent : Georges Meyer (homonyme), gendre de Raoul Meyer et Etienne Moulin, administrateur du groupe, gendre de Max Heilbronn. Au décès de Georges Meyer, en 1998, lui succèdent d'autres gendres, ceux d'Etienne Moulin, Philippe Houzé et Philippe Lemoine, qui ont épousé les arrières petites-filles du fondateur Théophile Bader et petites-filles de Max Heilbronn. *Les Galleries Lafayette* sont ainsi le dernier grand magasin dirigé par les héritiers du fondateur. Le groupe qui possède aussi les enseignes Uniprix, Inno,



# HÄ

---

## Häagen-Dazs

*Crème glacée, créée en 1961  
par Reuben Mattus.*

Elle a son écrin – une armoire exclusive – dans les hypermarchés. Son nom, sans signification particulière, se prononce difficilement, son prix est élevé, elle s’est fait connaître, en France, dans des lieux prestigieux (Roland-Garros, festival de Cannes) et des magasins à l’enseigne de la marque avant de se commettre avec la grande distribution. C’est en 1961 que, dans sa boutique du Bronx, à New York, Reuben Mattus met au point une recette à base de crème fraîche, de beurre de cacahuète et de noix de pécan. Le succès venant, Häagen-Dazs ouvre sa première boutique à New York, en 1976 et sa première usine en 1978 dans le New-Jersey.

Rachetée, en 1983, par le groupe américain Pillsbury, lui-même tombé en 1989 dans l’escarcelle du britannique Grand Metropolitan puis de Diageo, Häagen-Dazs est le leader incontesté de la glace de luxe aux Etats-Unis avec deux cent soixante-dix magasins. Depuis 1983, la marque a planté ses couleurs dans le monde entier : Hongkong et Singapour en 1983, le Japon en 1984, l’Allemagne en 1987, l’Angleterre en 1989. Présente dans soixante-dix pays, la marque est le

troisième acteur mondial sur le segment des glaces. Depuis 1999, la société est, aux Etats-Unis, associée avec Nestlé dans une joint-venture. Lancée au début des années quatre-vingt-dix en France, la marque ne détient pour l’heure que 2,5% du marché des crèmes glacées. Il est vrai que les Français n’en consomment que cinq litres par an et par habitant contre vingt-cinq litres outre-Atlantique. La marque accentue donc sa présence en ouvrant des Häagen-Dazs Cafés et en lançant, en 2000, une campagne de publicité réalisée par Euro RSCG avec, pour signature « Eperdument Häagen-Dazs ».

[www.haagen-dazs.com](http://www.haagen-dazs.com)

## Hachette Livre

*Maison d’édition, créée en 1826 par  
Louis-Christophe Hachette (1800-1864).*

Le Bled pour maîtriser l’orthographe, Passeport pour les vacances, Point bac pour franchir un cap... Le souhait de Louis-Christophe Hachette est aujourd’hui toujours respecté : apporter la connaissance au plus grand nombre. Une vocation contrariée – l’enseignement – pour cause de fermeture de l’Ecole normale en 1822, conduit Louis-Christophe Hachette, à racheter un

# I

## ibazar

*Site de vente aux enchères, créé en 1998 par Pierre François Grimaldi.*

Un brocanteur sur Internet ! Le numéro un de la vente entre particuliers aux enchères présente, en permanence, quelques 150 000 objets. Ingénieur de l'Ecole centrale Lyon, Pierre François Grimaldi est également le créateur de i-bourse.fr, site de transaction boursière, et de Francemail.com, site d'hébergement e-mail, et carte-fr (cartes postales en ligne), lancés en 1999. Egérie de la marque en communication publicitaire : Simone, une mamie internautes.

[www.ibazar.fr](http://www.ibazar.fr)

## IBM

*Société informatique, créée en 1924.*

L'ancêtre de l'ordinateur est né de l'imagination de Babbage, mathématicien écossais. Sa machine, exposée au musée du Calcul de Harvard, n'a jamais fonctionné ! Deuxième étape : celle de Herman Hollerith, statisticien américain. Chargé du recensement de la population américaine, il invente, en 1880, la technologie de la carte perforée. Une invention pleine d'avenir ! En

1911, trois sociétés dont ITR (International Time Recording) et IBM (International Business Machines Company) spécialisées dans la fabrication de balances de boucherie, d'enregistreurs de temps, de tabulatrices et de cartes perforées fusionnent sous le nom de Computing Tabulating Recording Company (CTR). Parmi les membres du conseil d'administration, Herman Hollerith. En 1914, le destin de l'entreprise change avec l'entrée, au poste de directeur général, de Thomas J. Watson. Il a pour devise : *Think* (Réfléchissez). En



Source Soubrane.

# J

## J'ai Lu

*Collection de poche, créée en 1958  
par Henri Flammarion.*

Objectif au moment du lancement, en 1958 : du plaisir pas cher et accessible à tous. Avec plus de cinq mille titres et trois cents millions d'exemplaires vendus, la mission est somme toute accomplie. Au nombre des records, Guy des Cars (trente millions) talonné par Barbara Cartland et « loin » derrière, Henri Troyat (treize millions). Conforme à la tradition, la collection lance, en 1994, les livres à dix francs. Le succès serait, dit-on, au rendez-vous !

## J&B

*Whisky, créé en 1860 par Alfred Brooks.*

J & B ou les initiales d'un Italien du nom de Giacomo Justerini et d'un Anglais, Alfred Brooks. Ce dernier achète, en 1860, une maison de vins et de spiritueux, fondée en 1749 par Justerini et Johnson. Ayant acquis les parts de Johnson, il nomme son établissement *Justerini and Brooks*. J & B est aujourd'hui numéro deux mondial au classement des whiskies.

## Jacadi

*Enseigne de mode enfantine, créée en 1980 par Patrick Hamelle.*

Offrir des produits de qualité pour enfant à des prix raisonnables, c'est l'ambition de Patrick Hamelle, directeur du département enfants chez Daniel Hechter. Après deux solderies ouvertes en 1976, il se lance dans l'aventure, en 1980, sous l'enseigne Jacadi. Tous les produits sont alors conçus par l'enseigne et vendus sous son nom. Le rayon chaussures apparaît en 1985, suivi par la puériculture et le rayon futures mamans à la marque Véronique Delachaux, en 1992. Crise économique oblige, Patrick Hamelle crée, en 1993, l'enseigne premiers prix Dipaki. En redressement judiciaire en 1996, l'enseigne Jacadi est rachetée en 1997 par Armand Frydman. Slogan de la marque : « C'est en rêvant qu'on devient grand ».

[www.jacadi.fr](http://www.jacadi.fr)

## Jack Daniel's

*Whiskey, créé en 1866  
par Jasper Newton Daniel (1846-1911).*

Un goût unique ! Ce qui fait dire aux spécialistes que ce whiskey du Tennessee n'est pas du whisky mais

# K

## KB

*Insecticide pour le jardin, créé en 1949.*

Conditionner en petit format pour les jardiniers en herbe ce qui est déjà vendu aux agriculteurs, une bonne idée à laquelle il faut donner un nom. Bras droit du directeur : Ken Bennet. Ce sera donc K B, ses initiales !

## K.Way

*Coupe-vent, créé en 1965  
par Léon Duhamel.*

Léon Duhamel, industriel du Nord, invente en 1965 un coupe-vent en Nylon enduit. Il l'appelle « En-cas »... de pluie. Succès oblige, la pochette en forme de demi-lune change de nom un an plus tard : « En-cas » se transforme en K et le mot *way* lui donne un passeport international. Revers de la médaille, la marque devient un nom générique. Elle ne peut éviter l'orage de la concurrence asiatique : son chiffre d'affaires chute de 500 millions de francs en 1992 à 100 millions de francs en 1996. Une période également marquée par des changements de mains : rachetée en 1992 par Pirelli à son fondateur, la marque passe, en 1995, dans le giron d'une banque d'affaires italienne, la Sopaf. Pour redo-

rer son blason, la marque mise sur une distribution plus sélective, part à la conquête des 2-10 ans en signant des accords de licence avec Walt Disney et lance deux nouvelles lignes baptisées K by K Way et Stark-Way, ligne dessinée par Philippe Stark. Sur un ton insolent, Publicis Etoiles signe, en 1997, une campagne de publicité.

K-Way est recommandé « contre l'orage, pas contre les coups de foudre », « contre l'air humide et l'air con ». Et c'est pour éviter la tempête économique que K.Way rejoint, en décembre 1999, la société italienne Multimoda Network. La marque appose également son nom sur des lignes de montres, chaussures, sacs de sport, cartables, trousse et plumiers et même une gamme de trois parfums, Yacht Way, Air Way et World Way.

[www.kway.fr](http://www.kway.fr)

## Kalachnikov

*Arme, créée en 1947  
par Mikhaïl Timofeievitch Kalachnikov.*

Depuis 1947, il est de toutes les guerres et des révolutions anti-impérialistes. Le fameux AK 47, A pour « avtamat » (automatique), K pour Kalachnikov, 47



---

## L'Express

*Magazine, créé en 1953  
par Jean-Jacques Servan-Schreiber.*

Présenté comme un supplément hebdomadaire au journal *Les Echos*, *L'Express*, créé le 16 mai 1953 par Jean-Jacques Servan-Schreiber, journaliste à *Paris-Presse-L'Intransigeant* et Françoise Giroud, rédactrice en chef de *Elle*, a failli s'appeler *Bref*. Dans ses premiers numéros, *L'Express*, présenté en format demi-quotidien, a comme sous-titre « Les Echos du samedi » et comme ambition d'être un journal de réflexion sur l'avenir. Il attire des signatures prestigieuses telles celles d'Albert Camus, de François Mauriac, de Pierre Mendès-France ou de Jean-Paul Sartre. Changement de look en 1964 : *L'Express* devient le premier « *news magazine* » français. S'il relate les crises de la société française, il n'échappe pas aux siennes comme celle qui éclate, en 1972, et qui conduit Claude Imbert à fonder un magazine concurrent, *Le Point*. Actionnaire depuis 1977, le financier Jimmy Goldsmith en prend la direction en 1981 pour la revendre en 1986 à la CGE. Ironie de l'histoire, l'hebdomadaire prend 40% du *Point* en 1993. Nouveau propriétaire en 1995, Havas cède *Le Point*, en 1997, à François Pinault mais conserve *L'Express*.

## L'Oréal Paris

*Teinture capillaire, créée  
par Eugène Schueller (1881- 1957)*

Elsève, Plénitude, Studio Line, Elnett... Points communs à toutes ces marques ? Elles ont pour signature L'Oréal Paris et pour univers la beauté à travers la coloration, les produits coiffants, le maquillage, les soins de la peau et du cheveu. Elles sont aussi les dignes héritières d'un chimiste qui, à 26 ans, crée en 1907 un nouveau marché, à contre-courant des attentes liées alors à l'hygiène : celui de la coloration pour les cheveux. Sollicité par un coiffeur-barbier, soucieux de donner à ses clients autre chose que des ingrédients d'origine végétale, Eugène Schueller alors chef-préparateur à la Pharmacie centrale de France, met au point la première teinture capillaire de synthèse qu'il baptise L'Auréale, un nom qui proviendrait de L'Auréole, coiffure en vogue à cette époque. Atout de cette teinture : elle est inoffensive contrairement aux matières naturelles jugées agressives. Ce qui sera inscrit dans le nom de la société créée en 1908 : Société française des teintures inoffensives pour cheveux. Elle prendra plus tard le nom de L'Oréal qu'Eugène Schueller préfère à L'Auréale. Et c'est dans son appartement que le fondateur



## M & M's

*Confiserie, créée en 1941 par Forrest Mars et Bruce Murrie.*

Elles « fondent dans la main, pas dans la bouche ». On en consomme, chaque année, près de deux cents milliards dans le monde soit, mises bout à bout, soixante treize fois le tour de la terre. Elles, ce sont les petites billes chocolatées, nées aux Etats-Unis en 1941 et qui portent les initiales de leurs fondateurs : Forrest Mars et Bruce Murrie. Elles débarquent en France, en 1986, sous le nom de Treets.

Mondialisation de la communication oblige, M & M's signe aujourd'hui trois produits : les M & M's Cacahuète (ex Treets), les M & M's Choco (ex Bonitos) et, depuis janvier 2000, les M & M's Minis. La marque, aux mains du groupe Masterfoods (Mars, Snickers, Bounty, Twix, Milky Way), se singularise par une communication qui met en scène des personnages jaunes et rouges, accompagnés par Miss Verte, pour laquelle ils ... fondent ! Au reste, M & M's n'est-elle pas également vendue sous forme de glace ?

[www.mars.com](http://www.mars.com)

## M6

*Chaîne de télévision, créée en 1987.*

La « petite chaîne qui monte », présidée par Jean Drucker et dirigée par Nicolas de Tavernost, fut construite sur les fondations de la chaîne musicale TV 6. « 6 » car c'est la dernière née des chaînes hertziennes. Naissance pour le moins difficile puisque certains la qualifie alors de « chaîne en trop ». Choissant, dès le départ, la cible des jeunes, la chaîne que *Le Monde* surnomma « la violette du PAF » parvient à séduire grâce au mélange des genres : des séries comme *X Files*, des magazines tels *Turbo*, *Capital*, *Zone Interdite*, *E=M6* ou *Culture Pub*, sur fond de musique. Nouvel écran, en janvier 2000, avec M6net, fournisseur d'accès à internet. Innovation remarquable quand, du 26 avril au 5 juillet 2001, M6 a proposé le premier real TV show : « Loft Story ». Du pain béni pour la chaîne qui a dopé son audience : 64,8% de part de marché chez les jeunes de 15 à 34 ans. Ainsi que pour certains annonceurs comme les Mutuelles du Mans Assurances (MMA) et Pepsi qui furent les premiers à communiquer avec les ex-lofters. En prévision : un Loft Story 2.

[www.M6.fr](http://www.M6.fr)



---

## Naf Naf

*Enseigne, créée en 1973 par Gérard et Patrick Pariente.*

Des trois petits cochons, Nif Nif, Nouf Nouf et Naf Naf, le plus rusé est bien sûr le dernier qui triomphe du grand méchant loup. C'est ce petit cochon qui devient, en 1978, la mascotte de la société de Gérard et Patrick Pariente, une modeste boutique de mode, à l'enseigne *Influence Pok*, passage du Caire, créée en 1973 et spécialisée dans le vêtement prêt à teindre. Ce nom est choisi pour la collection 1978, en souvenir des années de jeunesse de Patrick Pariente alors affublé de ce diminutif en raison de son embonpoint.

La firme « au grand méchant look », slogan apparu en 1984, se différencie des autres entreprises textiles du Sentier avec un modèle de combinaison en toile délavée et fripée. L'histoire retient qu'un prototype taillé dans de la toile à patron se serait retrouvé par hasard dans un lot à destination du teinturier et serait revenu... fripé ! Cible privilégiée par le groupe : la femme de quinze à trente-cinq ans. Fil directeur de la communication : l'impertinence comme en témoignent les campagnes de William Klein, Raymond Depardon,

Philip Dixon et Etienne Chatilliez. Depuis 1984, Naf Naf fonde également son succès sur des concessions de licences : Alpa (papeterie), Albert (vêtement pour enfants), Vanity Fair (jean Wrangler, Variance, Boléro, Lou, etc.), Jiteve (lunettes), L'Oréal (parfum) et une ligne de vêtements pour Barbie. En août 1994, Naf Naf ajoute à ses collections, jusque-là exclusivement féminine, le prêt-à-porter masculin avec l'acquisition de la célèbre marque Chevignon alors en déroute.

Après vingt ans de bons et loyaux services, le petit cochon et son sabot rose disparaissent des campagnes de communication, en 1998. Le nouveau logo, composé de deux N s'inscrivant dans un cercle et séparé par une double flèche verticale désignant le ciel et la terre, entend exprimer, tel un signe zodiacal, la dualité. Traduction de ce changement avec la campagne des « Photomaton » représentant les différentes facettes de deux jeunes femmes et le slogan publicitaire : « Entre votre côté Naf et votre côté Naf, qui va l'emporter ? » Retour aux sources, celles des années quatre-vingt, avec, depuis 2001, « Stop, méchant look ».

[www.nafnaf.com](http://www.nafnaf.com)



---

## Obao

*Bain moussant, créé en 1963  
par les Laboratoires Garnier.*

Révolution dans la salle de bain en 1963. Le savon a désormais un concurrent : O.Ba.o. Les Laboratoires Garnier (groupe L'Oréal) lancent le premier produit parfumé pour le bain « à la japonaise ». Le mot O.Ba.O vient de l'expression japonaise « *O.Fu.Ro* » qui désigne le rituel du bain. Le concept va créer des émules avec Fa, Tahiti, Planète Ushuaïa, etc. La marque, devenue Obao en 1995, est déclinée dans quatre segments : le bain, le gel douche, les soins corporels et le déodorant.

## Obut

*Boule de pétanque, créée en 1955  
par Frédéric Bayet.*

Fabricant de serrures, Frédéric Bayet dépose la marque Obut en 1955 et se reconvertisse dans la fabrication de boules à jouer. Il s'adjoint les talents d'Antoine Dupuy, mécanicien, à l'origine des machines automatiques spéciales. Pour aller plus vite droit au but, celui de la notoriété, les fondateurs s'associent, en 1958, avec la famille Souvignet qui fabrique, en particulier, les chaises

pliantes Plichaise. Dirigée aujourd'hui par Pierre Souvignet, Obut est, avec quatre millions cinq cent mille boules par an et 80% du marché mondial, le n°1 mondial de la pétanque (du provençal « *ped tanco* », pieds tanqués, pieds joints). Si vous passez par Saint-Bonnet-le-Château (Loire), faites un détour au musée international de la pétanque.

## OCB

*Papier à rouler, créé en 1918.*

OCB pour Odet, Cascadet et Bolloré. C'est en 1822 que M. Le Marié et son beau-frère M. Bolloré fondent les Papeteries Bolloré sur les bords de l'Odé. Jean-Marie Bolloré, deuxième génération, ouvre la deuxième papeterie, au moulin du Cascadet, en 1893. La marque OCB, créée en 1918, aura longtemps pour slogan « Si vous les aimez bien roulées ». Après Pauline en 1997 et Zazie en 1999 c'est au tour de l'acteur Samy Naceri (*Taxi*) de tirer la langue ! Depuis 2000, OCB commercialise une ligne de prêt-à-porter, OCB Urban Wear. Egalement propriétaire des marques Job et Zig Zag, le groupe Bolloré cède l'ensemble en 2000 au groupe de distribution américain Republic.

[www.ocb.tm.fr](http://www.ocb.tm.fr)



# P

## Paic

*Poudre de lavage, créée en 1948  
par Colgate.*

Poudre multi-usage, Paic est la contraction phonétique de **Produit d'Entretien Cadum (Pec)**. Dès 1950, elle se fait connaître au cinéma avec une publicité mettant en scène une maîtresse de maison qui déclare au releveur de compteur, étonné par sa faible consommation : « Mon truc, c'est Paic. Si efficace qu'il me permet de laver à l'eau froide. » Cap sur la vaisselle en 1970, avec Paic Citron, le premier liquide vaisselle détergent au citron. L'actrice Florence Blot va incarner la marque à la télévision pendant de nombreuses années. Souvenez-vous : « Paic est si efficace qu'aussitôt la vaisselle étincelle ». Aujourd'hui, avec Paic Excel antibactérien, « Quelques gouttes suffisent » toujours.

## Pampers

*Couche-culotte, créée en 1956  
par Procter & Gamble.*

Vic Mills (1897-1997) est un grand-père embarrassé. Il voudrait bien « choyer », « dorloter », « câliner » son petit-fils quand il le change. En version

originale, ici anglaise, ces marques d'attention se traduisent par « *to pamper* ». Chercheur chez Procter & Gamble, il invente la première couche-culotte en 1956. Un prototype apparaît l'année suivante. Son principe : le tout-en-un. La traditionnelle culotte est remplacée par une enveloppe empêchant l'humidité de passer, à laquelle on ajoute une feuille poreuse entre la peau du bébé et les matières absorbantes. Fini les couches en tissu qu'il faut laver, sécher, plier et ranger ! Sans compter la literie qu'il faut changer ! Mais les fesses de bébé devront attendre encore quelques



*Vic Mills, à l'origine de Pampers.  
Archives Procter & Gamble.*



---

## Quaker Oats

*Céréale, créée en 1877  
par Henry Seymour.*

Sa devise est la pureté. La marque à l'emblème du quaker est née en 1877. Henry Seymour cherche un label pour les moulins de la Quaker Mill Company. La secte des quakers qui prône la pureté lui donne la solution : un quaker, petit homme portant perruque et chapeau, tient dans sa main gauche un parchemin avec un seul mot, « Pure ». Quaker Oats se place résolument sur le créneau de l'alimentation saine, à vertu diététique. Mot d'ordre : la pureté. Pureté des céréales à base de grains d'avoine (*oat*), sans sucre, sans additifs artificiels, sans colorants. Cœur de cible de la marque : les adultes avec Quaker Oats, Cruesli, Energy Mix. Pureté encore avec Gatorade, première marque de boisson sportive aux Etats-Unis. Pureté toujours avec Snapple Beverage, société rachetée en 1994, spécialisée dans les thés glacés et les jus de fruits fabriqués à partir de produits naturels (revendue en 1997). Souhaitant concentrer ses forces dans les aliments à base d'avoine et les boissons naturelles, la société s'est séparée des jouets Fisher-Price en 1990 et des marques d'aliments

pour animaux Félix et Fido vendus à Spillers en 1995. Objectif de Quaker : la pureté de sa dette ! Après une bataille mouvementée engagée en 2000 entre Danone, Coca-Cola et Pepsico pour racheter la société, c'est ce dernier qui remporte la victoire en décembre 2000.

## Que-sais-je ?

*Collection de livre, créée en 1941  
par Paul Angoulvent.*

Mission : diffuser le savoir au grand public avec une encyclopédie de poche. Diffuseur : les Presses Universitaires de France. Contraintes, liées à l'époque où le papier était contingenté : 128 pages et 230 000 signes ! Pas un de plus ... Au catalogue : 3 600 titres depuis sa création.

[www.quesais-je.com](http://www.quesais-je.com)

## Quézac

*Eau gazeuse, lancée en 1995  
par le groupe Perrier-Vittel.*

En profondeur, une eau naturellement pétillante enfouie dans les roches sédimentaires des Grandes Causses. A la



---

## Ralph Lauren

*Prêt-à-porter, créé en 1968  
par Ralph Lauren (1939 –).*

Ralph Lauren (né Lifschitz), fils d'émigrants russes, a réussi en près de trente ans le tour de force d'incarner le rêve américain dans le monde entier. Et ce, en étant le premier à penser d'un point de vue global, en voyant plus loin que le prêt-à-porter, en vendant un style de vie en plus de ses vêtements. 1967 : la vague hippie fait rage. Le jeune Lauren, assistant vendeur pour les magasins *Allied* le jour, étudiant au City College de New York le soir, voit la vie sous d'autres couleurs : « *I think it looks chic now to look straight* ». C'est donc dans cet état d'esprit qu'il dessine une collection de cravates, larges et colorées, pour le fabricant Beau Brummel. La ligne, baptisée Polo, ornée de son cavalier, connaît un triomphe immédiat (cinq cent mille dollars de ventes la première année !), donnant d'emblée le ton. Pétri de cinéma, Ralph Lauren a un but : atteindre « la meilleure réalité imaginable ». Sa société (Polo Fashions), fondée en 1968, lance la même année sa première collection pour hommes. Images idéalisées d'une Amérique profonde sereine et cossue, métissée d'influences western,

navajo et d'Afrique coloniale, les vêtements trouvent rapidement un public auprès des jeunes Ivy League des grandes universités du Nord-Est du pays. 1970 : Ralph Lauren se voit octroyer le prix Coty pour sa collection masculine – le premier d'une longue liste de récompenses – avant les honneurs suprêmes du Lifetime Achievement Award, décerné par The Council of Fashion Designers of America et remis par Audrey Hepburn en 1982.

1972 : le créateur habille les femmes, puis les enfants (garçons en 1978, filles en 1981). A coups de licences, il investit les parfums (Polo et Lauren en 1978, puis Safari, Polo Sport, Romance), la maison (1983). Les accessoires apparaissent en 1985. Le rêve continue, à une vitesse vertigineuse, racontant à l'Amérique sa propre histoire de grands espaces sauvages et de traditions à l'anglaise. 1973 et 1977 : le style Ralph Lauren fait son cinéma. La maison signe les costumes de Robert Redford dans *The Great Gatsby* de John Clayton, et ceux de Diane Keaton et de Woody Allen dans *Annie Hall*. La conquête ne s'arrête pas là et après l'Amérique (magasin à Beverly Hills dès 1971), Ralph Lauren est le premier créateur américain à s'installer en Europe avec un magasin à Londres (1981), puis à



---

## Saab

*Société, créée en 1921.*

Réputée pour ses voitures anticonformistes, aux lignes aérodynamiques héritées de l'aéronautique, la Svenska Aero-plan Aktie-Bolaget, est d'abord, comme son nom l'indique, une société aéronautique suédoise, créée en 1921. C'est en 1937 qu'un premier prototype automobile est construit qui s'inspire d'une plume d'oiseau. Il ne roulera qu'en 1947 sous le nom de Saab 92. Suivront la Sonnett en 1953 puis la Saab 96, première voiture de la société à investir, en 1960, le marché européen. Pionnière dans le monde automobile avec des modèles équipés de turbo, la marque ajoute à sa gamme les 900 et 9000 (en 1984). Actionnaire à 50% depuis 1990 de Saab Automobile, General Motors est majoritaire depuis janvier 2000.

[www.saabfrance.com](http://www.saabfrance.com)

## Saint-Gobain

*Manufacture de glaces, fondée en 1665 par Colbert.*

La Manufacture royale des glaces doit son nom Saint-Gobain au château du même nom choisi, en 1688, comme site

pour l'usine de fabrication jusqu'alors installée à Paris. Rivalisant avec les verriers de Venise, la Manufacture bâtit sa notoriété sur l'invention du coulage du verre. On lui doit, en particulier la Galerie des glaces du château de Versailles. Après une OPA homérique lancée par BSN en 1969 et qui se solde par la victoire de Saint-Gobain, celle-ci fusionne avec Pont-à-Mousson en 1970. Nationalisée en 1982, la société retourne dans le privé en 1986. Devenue spécialiste des matériaux (verre, fonte, plastique, céramiques, etc.) et de l'habitat (Poliet, Lapeyre), la société maintient sa tradition en fournissant le verre de la Pyramide du Louvre. Une voiture sur deux, en Europe, est équipée de ses vitres. Elle fabrique, chaque année, plus de dix milliards de bouteilles et flacons dont celui du célèbre N°5 de Chanel.

[www.saint-gobain.com](http://www.saint-gobain.com)

## Saint-Raphaël

*Apéritif, créé en 1830 par Adhemar Juppé.*

Symboles de Saint-Raphaël depuis 1910, les deux garçons de café, l'un blanc, l'autre rouge que l'on doit à un dessinateur anglais (un troisième, bleu, ne fut pas conservé) seraient-ils l'incar-



---

## T.Leclerc

*Poudre de riz, créée en 1881  
par Théophile Leclerc.*

Il se vend, tous les ans, plus de deux cent cinquante mille boîtes de poudres dermophiles, à la marque T. Leclerc. Pharmacien parisien, Théophile Leclerc ouvre une officine en 1850, rue Vignon à Paris. Lancée en 1881, sa poudre de riz va faire sa réputation. Sous forme compacte ou en poudre libre, le produit est aujourd'hui décliné dans une vingtaine de nuances. Aux mains de Philippe Leclerc-Brami depuis 1990, la marque a lancé, en 1998, une ligne de maquillage, rouge à lèvres, fards à joue et à paupières, vendue rue Vignon mais aussi chez ... *Harrod's* à Londres.

## Tabasco

*Sauce pimentée, créée en 1868  
par Edmund Mc Ilhenny.*

Incontournable pour relever certains cocktails comme le Bloody Mary, le Bull Shot ou les jus de tomates, le Tabasco (nom d'origine indienne) a été créé en 1868 par Edmund Mc Ilhenny. Issu de la quatrième génération d'immigrants écossais-irlandais en Amérique, ce dernier s'installe à la Nouvelle-Orléans en

1850. Banquier, il gère l'exploitation des mines de sel situées sur «Avery Island » (Louisiane), Avery étant le nom de sa femme Marie Eliza, qui figure toujours sur l'étiquette de la petite bouteille. Avant la guerre de Sécession, il plante dans son jardin des piments rouges (Capsicum) rapportés du Mexique en 1848 par un de ses amis.

Les plants ayant survécus à l'invasion nordiste, Mc Ilhenny crée, en 1868, une sauce pimentée à base de piments rouges et de sel d'Avery Island. Il lui donne un nom d'origine indienne, Tabasco, qui signifie « terre dont le sol est humide ». Les piments sont broyés avec du sel récolté sur l'île. Après trois ans de macération dans des tonneaux de chêne blanc, la purée de piments est mélangée à du vinaigre. Brassée durant quatre semaines à l'aide de pales en bois, la sauce est ensuite filtrée puis mise en bouteille. Commercialisée dans plus de cent pays à raison de près de 165 millions de bouteilles par an, elle est distribuée en France par Amora-Maille. En 1998, la société Mc Ilhenny Company, qui appartient toujours à la famille Mc Ilhenny, offre une sœur jumelle verte à la célèbre petite bouteille rouge. Quand celle-ci est élaborée à partir des « *red chili peppers* », le Tabasco vert est préparé avec des piments « Jalapeno »

# U V

## U (Système)

*Enseigne, créée en 1983.*

Au commencement était Unico, une enseigne créée en 1924 regroupant des commerçants indépendants dont le nom vient de la marque de cigares Unico ! On peut également lire la réunion des mots **Union** de **commerçants** qui regroupe, au cours des années soixante, dix-mille détaillants et cent trente coopératives, tous membres de l'Ugal (Union des groupements de commerçants indépendants en Europe). Le souhait de créer un dénominateur commun européen conduit à choisir la lettre U pour l'ensemble des enseignes du groupement : Unico mais aussi les hypermarchés Avenue et les petits commerce de proximité Utile.

Sous l'égide de Jean-Claude Jaunait, Super U est créé en 1975, la centrale d'achat Système U en 1983, Hyper U apparaît en 1989 et Marché U en 1991. Depuis cette année-là, la signature « les nouveaux commerçants » inventée par Jean-Marie Dru (BBDP), fédère tous les magasins. L'enseigne Unico disparaît en 1993. Depuis 1999, Système U est associé avec les Centres Leclerc au sein de Lucie (**L'**Union des **C**oopérateurs indépendants **e**uropéens). On compte pas moins de 2 000 références à la marque

U dont P'tit U pour les enfants, Form'U pour la santé/forme et Le Savoir des Saveurs. Porte-parole de l'enseigne depuis une décennie, l'acteur et humoriste Daniel Prévost.

[www.magasins-u.com](http://www.magasins-u.com)

## Uhu

*Colle, créée en 1932  
par les frères Fischer.*

« Uhu, Uhu », crie le grand duc, le soir, en Forêt-Noire. Dans la langue allemande, le hibou a pour nom... *Uhu* ! Les frères Fischer sacrifient à la mode quand, en 1932, ils nomment Uhu une marque de colle universelle. Elle vient après d'autres oiseaux, tels Pellican (encre), Schwan (le cygne, emblème de Stabilo Boss). Elle est depuis 1995, aux mains, du groupe italien Bolton.

## Uncle Ben's

*Riz, créé en 1945 par Gordon L. Harwell  
et E. G. Huzenlaub.*

Uncle Ben a existé. Son nom est celui d'un producteur de riz, connu des meuniers de tout Houston pour produire la meilleure qualité. Il était devenu une référence à tel point que d'aucuns

# W X Y Z

---

## Wagons-lits (Cie internationale des)

*Voyagiste, créé en 1872  
par Georges Nackelmackens.*

Un livre est publié, en 1932, par les éditions Gallimard. Son titre : *Wagon-lit* (sans « s »). Son auteur : Joseph Kessel. Il entre dans la collection « Les Rois du jour » où des écrivains renommés chantent la gloire des plus importantes entreprises industrielles et commerciales françaises. On y cherchera en vain la trace de l'histoire de la Compagnie des wagons-lits ! Celle-ci est créée, en 1872, par Georges Nackelmackens. C'est en circulant sur les réseaux ferroviaires américains que cet ingénieur belge découvre, en 1868, les premières voitures-couchettes, une idée des frères Pullman. De retour en Europe, il crée ces trains de légende que furent l'*Orient-Express*, l'*Etoile du Nord*, le *Train Bleu* ou le *Transsibérien*. Parallèlement, il ouvre des guichets de vente de billets et des palaces. Le quatrième pilier de la Compagnie, la restauration, apparaît en 1926 avec l'inauguration par la Société du premier restaurant de l'aéroport du Bourget. La Compagnie internationale des wagons-lits et du tourisme (CIWLT), détenue, depuis 1992, par le groupe

Accor, fusionne en 1997 avec l'américain Carlson dans une nouvelle société baptisée Carlson Wagonlit Travel.

## Walkman

*Lecteur de cassettes, créé en 1979  
par le groupe Sony.*

Comment écouter tranquillement, sur un *green*, de la musique classique ? Akio Morita songe à une stéréo de poche. Ce génial inventeur n'est autre que le fondateur et président de Sony et l'inventeur du magnétophone. A ses chercheurs de créer un lecteur de cassettes miniature qui réponde à ses vœux ! Baptisé TPS-L2, il a également la faculté d'enregistrer. Le baladeur est né. Il s'appelle Walkman, alliance de *pressman* (le mini-magneto de Sony) et de *walk* (marcher). Plus d'un million d'appareils ont été vendus la première année et ce, sans la moindre étude de marché. Deux cents millions se baladent aujourd'hui, sans compter les produits dérivés comme le Discman, lecteur portable de disques compacts, le MD Walkman, lecteur de cassettes numériques et le MS-Walkman, lecteur audio portable conçu pour la musique numérique sur Internet. Revers du succès, la marque est devenue nom commun.