



MARCHÉ

La couleur est essentielle à la vie : elle exprime et stimule nos sentiments. Dans le milieu de la mode, la couleur flatte, dissimule, attire et provoque. À la maison et au bureau, la couleur apaise, inspire et surprend.

Notre façon d'utiliser la couleur a changé, mais nos besoins en couleur persistent. Les personnes qui comprennent l'importance de la couleur — les architectes, les designers et les consommateurs soucieux du design — sont toujours à l'affût des nouvelles couleurs et de leur agencement.

Il y a cent ans, Benjamin Moore n'était qu'un fabricant de peintures et de finis de qualité. Aujourd'hui, elle a une forte présence dans le commerce de détail et dans les médias, elle est la référence dans le design d'intérieur et offre des services d'avant-garde mettant à portée de la main de tous les consommateurs de superbes couleurs.



RÉALISATIONS

Dès le début, Benjamin Moore décide d'offrir la meilleure qualité. Ce n'est pas étonnant qu'aujourd'hui elle soit la marque la plus populaire (d'après le sondage annuel de PMB, depuis 1997) et la plus fiable (d'après le sondage du *Sélection du Reader's Digest Ipsos/Reid*, en 2003-2004) de sa catégorie, au Canada.

Ayant toujours vendu ses produits par l'entremise de détaillants indépendants, l'entreprise crée le programme des boutiques Signature dans le but de leur faire bénéficier de sa marque tout en assurant leur visibilité. En 2000, le Conseil canadien du commerce de détail lui décerne le prix d'excellence dans le commerce de détail — nouveau concept de détail.

L'entreprise est un chef de file dans l'utilisation de la technologie, ce qui lui permet d'offrir une vaste sélection de couleurs et de répondre aux besoins des clients en magasin. Elle est la première à avoir développé un système de colorant personnalisé et un système d'appariement des couleurs aux points de vente. De plus, elle adhère très rapidement au programme canadien Choix environnemental.



Cette attention constante portée sur les besoins des consommateurs a permis à Benjamin Moore d'obtenir, en 2004, le pourcentage de loyaux utilisateurs le plus élevé dans sa catégorie (80 %).

HISTOIRE

L'entreprise est établie en 1883, à New York, par deux immigrants irlandais, Benjamin Moore et son frère Robert. Leur premier produit, un revêtement à base de calsamine pour les murs et les plafonds, ouvre la voie à toute une gamme de produits. En 1906, l'entreprise canadienne voit le jour à Toronto; Benjamin est son premier président, et Fred Moore devient son directeur général en 1911.

Benjamin Moore appartient maintenant à Berkshire Hathaway, la société de portefeuille dirigée par Warren Buffet. Cette nouvelle structure fournit à Benjamin Moore les ressources financières et managériales lui permettant de rester indépendante et de consolider ses programmes de fabrication et de marketing. L'entreprise possède deux usines de fabrication au Canada : une à Burlington, en Ontario, et une autre à Montréal, au Québec.

PRODUIT

Dès les premières années, Benjamin Moore adopte trois valeurs fondamentales pour définir les principes de la société : l'intégrité, l'intelligence et l'industrie. Aujourd'hui, la qualité des produits Benjamin Moore est indéniable. L'histoire de l'entreprise, marquée par l'innovation et par une gamme complète de peintures et de teintures pour l'intérieur et l'extérieur offertes par un réseau de détaillants fiables, fait en sorte que les consommateurs peuvent en toute confiance trouver les produits et les couleurs qui conviennent à n'importe quel projet.

Les quelque 1 800 couleurs Benjamin Moore sont réparties en quatre palettes au caractère distinct. Les couleurs du système **Inspiration Couleur** sont pures et lumineuses, et résolument tournées vers

l'avenir. Les **Couleurs historiques** reproduisent à merveille les qualités intemporelles des décors des 18^e et 19^e siècles. Les **Classiques des designers** sont les couleurs les plus populaires auprès des consommateurs canadiens depuis les 30 dernières années. La **Collection des blancs** simplifie la recherche du blanc parfait et des divers tons de neutre.

Le lustre est une caractéristique importante d'une peinture



d'intérieur puisqu'il influe sur la façon dont nous percevons la couleur. Les peintures d'intérieur latex comportent sept niveaux de lustre : du très lustré à l'Ulti-Mat. Ce dernier, un produit au fini parfaitement mat et lavable qui rehausse l'impact de la couleur en réduisant les reflets, a reçu en 2004 et en 2005 la médaille d'or de Monde Sélection, l'institut d'évaluation de la qualité basé à Bruxelles.

Les couleurs Benjamin Moore font continuellement l'objet de mises au point afin d'entretenir leur beauté et de répondre au goût et au style du jour. Par l'entremise de ses designers, l'entreprise joue un rôle dominant dans la présentation des nouveaux styles et couleurs au public. Ainsi, chaque année, l'équipe du design de Benjamin Moore crée un événement pour présenter les nouvelles couleurs en décoration intérieure. Grâce à la carte de couleurs et aux conseils individualisés d'un détaillant Benjamin Moore, il est facile de les utiliser pour réaliser des projets de décoration.

ÉVOLUTION RÉCENTE

Au cours des dernières années, Benjamin Moore a amélioré et créé bon nombre de produits et de services dans le but de continuer à satisfaire les exigences de sa clientèle et de contrer l'influence des grandes surfaces qui, à la fin des années 90, ont révolutionné la façon dont les produits de rénovation étaient offerts aux consommateurs.

La stratégie de Benjamin Moore a consisté à tirer profit de la réputation de sa marque. Les détaillants prêts à répondre aux besoins des clients avisés ont transformé leur magasin de fond en comble en adoptant, notamment, la nouvelle enseigne rouge où figure en proéminence le nom « Benjamin Moore ».

« L'association puissante de la marque aux boutiques Benjamin Moore crée d'importantes nouvelles synergies, explique Thomas Stack, alors vice-président des ventes et du marketing. Il est maintenant possible de faire le lien entre nos publicités et nos magasins au moyen de nos logos. L'expansion de notre marque incite les clients à venir directement chez nos détaillants. »

En 2005, on dénombrait plus de 400 boutiques Signature Benjamin Moore au Canada. Aujourd'hui, l'entreprise a transformé son rôle de fabricant primé, mais traditionnel en devenant une organisation dynamique et bien en vue dans le commerce de détail.



Un détaillant Benjamin Moore se distingue par ses connaissances, son expertise et son innovation. En comprenant les besoins propres à chacun de ses clients, il joue un rôle essentiel dans la réalisation de leurs rêves.

Puisque ce n'est pas tous les consommateurs qui ont le temps ou l'envie d'effectuer leurs projets eux-mêmes, Benjamin Moore lance en 2004 son programme des Services de décoration et de peintres (SDP). Les conseillers en couleur contribuent au choix des couleurs et les peintres professionnels effectuent le travail! Les membres du programme SDP sont des entrepreneurs indépendants, et la satisfaction du client est garantie par Benjamin Moore.

PROMOTION

Pour ses communications de marketing, Benjamin Moore préfère une approche locale. Les médias choisis s'adressent aux consommateurs sophistiqués qui aiment la couleur et le design. L'importance de la valeur sentimentale de la couleur ne date pas d'hier. Déjà dans les années 30 jusqu'au milieu des années 60, « Betty Moore » était devenue la porte-parole fictive de la marque, insistant sur la place d'honneur de la couleur à la maison.

Au Canada, Benjamin Moore est à la tête de la révolution du mode de vie. Au nombre de ses initiatives, on retrouve des livres sur des projets de design, qui se sont vendus par centaines de milliers, et la participation des membres de l'équipe du design de Benjamin Moore aux ateliers offerts aux détaillants, aux salons de l'habitation et à des émissions spécialisées sur la décoration.

Benjamin Moore est devenue une ressource incontournable pour les professionnels, en offrant des conseils techniques et des rencontres d'échanges de points de vue sur les tendances en matière de couleur et de design.

En outre, dans le but de diversifier ses façons de toucher ses consommateurs, elle a créé un site Web canadien qui a été primé par l'Association canadienne du marketing pour son usage novateur de techniques de communication interactives.

VALEURS DE LA MARQUE

Bien que les attributs de la marque aient été définis dès la fondation de l'entreprise, ils n'ont été exprimés que vers la fin des années 90. Voici un extrait de la *Charte de la marque* :

- **Vision** : Ensemble, grâce à la qualité de nos produits et à notre expertise, nous ferons vivre à nos clients une expérience unique en décoration et riche en couleurs, laissant libre cours à l'expression de leur propre style.
- **Positionnement** : Benjamin Moore est en affaires pour aider les clients avisés à créer une ambiance, à exprimer leur propre style et à accroître la valeur de leur maison, et ce, grâce à la couleur!
- **Caractéristiques** : Experte, fiable, chaleureuse, intemporelle, imaginative.
- **Personnalité** : Benjamin Moore est un ami avisé de la famille ayant une expérience et une personnalité riches. Quelqu'un qui est respecté pour son sens de la qualité et du style. Un conseiller digne de confiance qui sait écouter et qui facilite la prise de décision.

QUELQUES PARTICULARITÉS MOINS CONNUES DE BENJAMIN MOORE

- Le triangle qui fait partie du logo Benjamin Moore a été créé à partir des trois « i » de la devise du fondateur : intelligence, industrie et intégrité.
- Depuis 2002, pendant tout le mois d'octobre, Benjamin Moore et ses détaillants collectent des fonds pour la Société canadienne du cancer dans le cadre de leur campagne nationale *Décorez, pour l'espoir*.
- Benjamin Moore est la marque de peinture la plus recommandée par les designers et les architectes au Canada.