

Stratégie de marque

Positionnement, territoire et voix. Le document qui tranche les questions de fond avant toute décision d'exécution.

VERSION	ÉDITION	STATUT	DOCUMENT
1.0	AOÛT 2026	RÉFÉRENCE	1 / 3

À quoi sert ce document

Une marque n'est pas un logo. C'est un ensemble de décisions cohérentes, prises une fois, et tenues. Ce document contient ces décisions.

CE QU'IL TRANCHE

À qui nous vendons, ce que nous promettons, ce qui nous distingue, et comment nous en parlons. Toute proposition contraire à ces arbitrages est écartée — même si elle est séduisante.

CE QU'IL NE FAIT PAS

Il ne décrit ni les couleurs, ni la grille, ni les composants : c'est l'objet du document 2, **Identité de marque & design system**. Il ne cherche pas non plus à inspirer : c'est le rôle du document 3, **Brand book**.

LES TROIS DOCUMENTS

01 – Stratégie	Ce document. Positionnement, cibles, territoire, voix. La référence pour décider.
02 – Identité	Système visuel et design system. La référence pour produire.
03 – Brand book	Récit et convictions. La référence pour embarquer un tiers.

STATUT DES DONNÉES

Certaines affirmations de ce document reposent sur des hypothèses de lancement et non sur des données observées. Elles sont signalées par une réserve **[S-00]** et détaillées dans le document **annexe**, qui indique précisément quoi mesurer et comment.

01

CONTEXTE

Le marché tel qu'il est

Un secteur encombré à l'entrée, très peu occupé au niveau où nous nous plaçons.

Trois strates, une place vide

L'impression 3D de service se répartit en trois niveaux nettement séparés. Le milieu est structurellement mal servi.

NIVEAU	ACTEURS	PROMESSE	LIMITE
Amateur	Particuliers équipés, plateformes de mise en relation	Prix bas	Aucune garantie de délai ni de conformité ; interlocuteur instable
Intermédiaire	[S-01]	—	Peu occupé. C'est notre place.
Industriel	Bureaux de service, sous-traitants certifiés	Volume, certification, procédés multiples	Minimums de commande élevés, délais longs, pas d'accompagnement conception

LA PLACE QUE NOUS OCCUPONS

Entre l'amateur qui n'engage rien et l'industriel qui n'accepte pas les petites séries, il manque un acteur qui engage un délai ferme sur une pièce unitaire ou une petite série, et qui sait aussi la concevoir. C'est la définition exacte de Lines & Layers.

CE QUE NOUS SAVONS DU MARCHÉ LOCAL

[S-01] – ÉTUDE CONCURRENTIELLE LOCALE

Recensement des prestataires d'impression 3D sur la zone Annecy — Genève.

À FOURNIR : 5 à 10 concurrents identifiés • nom, zone, positionnement tarifaire, délai annoncé, procédés proposés, présence en ligne • source des tarifs (site public ou devis obtenu).

Sans ce recensement, l'affirmation « le niveau intermédiaire est peu occupé » reste une hypothèse. C'est la donnée la plus structurante du document.

Ce qui fait échouer une commande

Nous ne vendons pas de l'impression. Nous vendons la suppression de quatre incertitudes.

01 « Je ne sais pas si mon fichier est imprimable »

Le client dispose d'un STL téléchargé, d'un scan approximatif ou d'un croquis. Il ignore si la géométrie tient, si les tolérances sont réalistes, si la pièce résistera. Notre réponse : la conception fait partie du service.

02 « Je ne sais pas quand je l'aurai »

Le délai est la première cause d'abandon d'un projet de pièce de rechange ou d'outillage. Notre réponse : un délai ferme confirmé par écrit au devis, et une option express pour les pièces simples.

03 « Je ne sais pas ce que ça va coûter »

Les devis d'impression 3D sont opaques : facturation au gramme, au temps machine, au support. Notre réponse : un prix ferme, aucun supplément découvert en cours de réalisation.

04 « Je ne sais pas si c'est la bonne solution »

L'impression 3D n'est pas toujours la réponse. Notre réponse : nous le disons, et nous orientons ailleurs. Un refus argumenté crée plus de confiance qu'une vente forcée.

[S-02] – VERBATIMS CLIENTS

Trois à cinq citations réelles de clients ou prospects.

À FOURNIR : phrase exacte · secteur d'activité · contexte de la demande · autorisation de citation (même anonymisée).

Les quatre incertitudes ci-dessus sont déduites du bon sens métier, pas d'entretiens. Trois verbatims suffiraient à les valider ou à les corriger.

02

CIBLES

À qui nous vendons

Trois profils, des attentes opposées. Le site et le discours doivent servir les trois sans se diluer.

Trois profils, trois parcours

A – LE PROFESSIONNEL PRESSÉ

PRIORITÉ 1

Qui. Artisan, PME industrielle, atelier de maintenance. Une machine est arrêtée, une pièce manque, le fournisseur d'origine ne la fait plus.

Ce qu'il veut. Une date et un prix, tout de suite. Il ne lira pas la page « Savoir-faire ».

Ce qui le convainc. Le délai affiché, la proximité géographique, la possibilité d'envoyer une photo plutôt qu'un fichier.

Parcours. Accueil → bouton devis. Moins de trente secondes.

B – L'ÉVALUATEUR

PRIORITÉ 2

Qui. Bureau d'études, designer, responsable achats. Il cherche un partenaire durable, pas une commande.

Ce qu'il veut. Vérifier la compétence avant d'engager. Il lit tout.

Ce qui le convainc. Les réalisations, les caractéristiques techniques précises, le procédé de travail, le fait que nous sachions refuser.

Parcours. Accueil → savoir-faire → réalisations → atelier → contact. Trois à cinq minutes.

C – LE PARTICULIER

PRIORITÉ 3

Qui. Événementiel, décoration, cadeau personnalisé. Volume unitaire faible, sensibilité au prix élevée.

Ce qu'il veut. Un objet fini, joli, personnalisé.

Ce qui le convainc. L'image du produit, pas la fiche technique.

Parcours. Il n'entre pas par le site institutionnel mais par la place de marché. Le site sert de caution, pas de canal de vente.

CONSÉQUENCE DE CONCEPTION

Le profil A impose un appel à l'action permanent et atteignable en un clic. Le profil B impose de la profondeur et de la preuve. Ces deux exigences ne se contredisent pas si la navigation fait son travail : le bouton reste visible pendant que l'évaluateur déroule le contenu.

[S-03] – RÉPARTITION RÉELLE DES DEMANDES

Ventilation des demandes entrantes par profil sur les six premiers mois.

À FOURNIR : nombre de demandes · profil (A / B / C) · canal d'entrée · taux de transformation · panier moyen par profil.

La hiérarchie de priorité ci-dessus est une hypothèse de lancement. Si le profil C domine en volume, l'architecture du site doit être revue.

03 POSITIONNEMENT

Ce que nous sommes, ce que nous refusons

Un positionnement se juge à ce qu'il exclut. Celui-ci en exclut beaucoup.

La phrase de référence

Lines & Layers est un atelier d'ingénierie qui conçoit et fabrique des pièces sur mesure en Haute-Savoie, avec des délais tenus et l'automatisation comme avantage structurel.

ÉNONCÉ DE POSITIONNEMENT – À NE PAS MODIFIER SANS ARBITRAGE

DÉCOMPOSITION

Atelier d'ingénierie	Ni usine, ni hobbyiste. La compétence de conception précède la machine.
Conçoit et fabrique	Les deux, pas l'un ou l'autre. C'est ce qui nous sépare d'un simple prestataire d'impression.
Sur mesure	Pièce unitaire ou petite série. Pas de catalogue de masse.
En Haute-Savoie	L'ancrage est un argument, pas une limite. Proximité, réactivité, interlocuteur identifiable.
Délais tenus	L'engagement, pas la vitesse. « Tenu » vaut mieux que « rapide ».
Automatisation	Notre différence réelle, et la seule difficile à copier.

NOUS ACCEPTONS

- Une pièce unique complexe
- Une série de 200 pièces simples
- Un projet qui commence par un croquis
- Un client qui ne connaît rien à la 3D
- Un refus argumenté quand ce n'est pas pertinent

NOUS REFUSONS

- La course au prix le plus bas
- Les volumes qui relèvent de l'injection
- Les pièces critiques nécessitant une certification
- Les délais intenablement acceptés pour ne pas perdre l'affaire
- Les promesses environnementales non certifiées

LE POINT DE VIGILANCE RÉGLEMENTAIRE

La loi AGECE interdit depuis 2022 les allégations génériques (« biodégradable », « respectueux de l'environnement ») sur les produits. « Compostable » n'est utilisable qu'avec une certification de compostage domestique et la mention « Ne pas jeter dans la nature ». La directive européenne Green Claims étend ces restrictions à partir de fin 2026. Aucune communication environnementale ne doit être publiée sans certification à l'appui.

L'automatisation comme fossé

Un concurrent peut acheter les mêmes machines demain. Il ne peut pas acheter nos outils.

CE QUI SE COPIE

- Le parc machines
- Les matériaux
- Les tarifs
- Le discours commercial
- L'esthétique du site

CE QUI NE SE COPIE PAS

- Les **générateurs paramétriques** développés en interne
- La **chaîne automatisée** du fichier au fichier tranché
- La **double compétence** conception et développement
- Le **temps accumulé** sur ces outils — sept versions sur un seul configurateur

N'importe qui peut posséder une imprimante. Notre force est l'ingénierie et l'automatisation qui l'entourent.

ARGUMENT CENTRAL — DÉCLINÉ SUR TOUTES LES CIBLES

TRADUCTION COMMERCIALE

CAPACITÉ	BÉNÉFICE CLIENT	PREUVE
Génération paramétrique	Personnalisation en série sans surcoût unitaire	[S-04]
Chaîne automatisée	Délais courts sans perte de qualité	[S-04]
Double compétence	Un seul interlocuteur du croquis à la pièce	Composition de l'équipe
Parc doublé	Une immobilisation ne décale pas la commande	3 machines

[S-04] — MESURE DU GAIN D'AUTOMATISATION

Chiffrage du temps économisé par les outils internes.

À FOURNIR : durée de traitement d'une commande type avant outil · durée après outil · nombre de pièces concernées · exemple chiffré (ex. « 120 marque-places : 6 h de préparation manuelle → 20 min »).

C'est l'argument le plus fort du positionnement et il n'est aujourd'hui soutenu par aucun chiffre. Un seul exemple mesuré suffirait.



Une marque, deux entités

La structure juridique est double. La marque doit rester unique aux yeux du client.

France et Suisse

	LINES & LAYERS	LINES & LAYERS SWITZERLAND
Forme	SAS française	Entité suisse distincte
Siège	Eteaux, Haute-Savoie	Genève
Rôle	Conception, production, marché français	Production et distribution, marché suisse
Référent	Jeremy Braillard	Ricardo Figueiredo

RÈGLE D'EXPRESSION

Le client voit une seule marque. L'entité suisse n'est mentionnée que lorsqu'elle est pertinente : livraison en Suisse, facturation, mentions légales. Jamais deux logos, jamais deux chartes, jamais deux sites.

DOMAINES ET USAGES

lines-layers.com	Site institutionnel bilingue. Vitrine et conversion.
tools.lines-layers.com	Outils internes. Non référencé, non lié depuis le site public.
vcards.lines-layers.com	Cartes de visite numériques des fondateurs.
Place de marché	Canal de vente des produits finis destinés au profil C.



Comment nous parlons

Le chiffre remplace l'adjectif. La phrase se termine. Le registre reste formel.

Cinq règles d'écriture

01 Le fait avant l'effet

« 48 à 96 heures ouvrées » plutôt que « des délais très rapides ». Une donnée vérifiable engage ; un adjectif n'engage rien.

02 Des phrases qui se terminent

Pas d'accumulation, pas d'incise décorative. Si une proposition peut être retirée sans perte, elle est retirée.

03 Aucun superlatif marketing

« Révolutionnaire », « innovant », « unique », « leader » sont proscrits. Ils signalent l'absence d'argument.

04 Un registre formel

Vouvoiement systématique, « nous » plutôt que « on ». Nous nous adressons à des professionnels.

05 Savoir écrire non

Annoncer ce que nous refusons renforce la crédibilité de ce que nous acceptons. Un catalogue sans limite n'est pas crédible.

LE PIÈGE DU RYTHME UNIFORME

Trois titres consécutifs bâtis sur la même structure — « [numéral] + nom, nom » — signalent un texte produit à la chaîne. Sur une même page, chaque titre doit avoir une architecture grammaticale différente.

STRUCTURES VARIÉES

- « Des pièces conçues et fabriquées en Haute-Savoie » — nominal
- « Ce que nous savons faire » — relative
- « Le déroulement d'une commande » — nominal complément

RYTHME DUPLIQUÉ

- « Trois domaines, un atelier »
- « Quatre étapes, aucune surprise »
- « Deux fondateurs, deux pays »

Ce que nous disons à qui

Un même positionnement, trois formulations. Le fond ne change pas ; l'angle d'attaque, si.

AU PROFESSIONNEL PRESSÉ

Message. « Envoyez une photo de la pièce. Nous vous répondons sous 24 heures ouvrées avec un prix ferme et une date. »

LEVIERS : DÉLAI · PROXIMITÉ · SIMPLICITÉ D'ENTRÉE

À L'ÉVALUATEUR

Message. « Nous concevons autant que nous imprimons. La pièce est pensée pour être fabriquée dès la modélisation : orientation, supports, retrait, tolérances d'ajustement. »

LEVIERS : COMPÉTENCE · PROCÉDÉ · PREUVE TECHNIQUE

AU PARTICULIER

Message. « Des objets personnalisés, fabriqués à l'unité dans notre atelier de Haute-Savoie. »

LEVIERS : PERSONNALISATION · ORIGINE · ARTISANAT

VOCABULAIRE DE RÉFÉRENCE

CHAMP	EMPLOYER	BANNIR
Fabrication	Atelier, production, pièce, conformité, tolérance	Usine, imprimerie, gadget
Conception	Modélisation, fabricabilité, paramétrique, rétro-conception	Création, magie, sur-mesure ultime
Automatisation	Processus, intégration, gain mesurable	Révolution, disruption, IA miraculeuse
Délai	Ouvré, ferme, confirmé, indicatif	Immédiat, instantané, en un clin d'œil
Environnement	Certifié, compostage domestique, fin de vie	Écologique, vert, biodégradable, durable

06

PREUVES & SUIVI

Ce qu'il reste à démontrer

Un positionnement sans preuve est une intention. Voici ce qui doit être construit.

Par ordre d’impact

PREUVE	SERT	ÉTAT
Réalisations photographiées	Tous profils — la preuve la plus universelle	[S-05]
Gain d’automatisation chiffré	Évaluateur — l’argument différenciant	[S-04]
Délai réel constaté	Professionnel pressé — valide la promesse	[S-06]
Témoignages clients	Évaluateur — lève le risque perçu	[S-02]
Parc et capacités	Tous profils	Disponible

[S-05] – SÉRIE PHOTOGRAPHIQUE DE RÉALISATIONS

Six pièces réelles minimum, photographiées selon la direction définie au document 2.

À FOURNIR par pièce : 3 à 4 vues • macro sur les strates • contexte d’usage • matériau • délai réalisé • problème résolu • autorisation du client si la pièce est identifiable.

Chemin critique. La page Réalisations reste hors ligne tant que ce minimum n’est pas atteint — une galerie de deux pièces nuit plus qu’elle n’aide.

INDICATEURS DE SUIVI

Quatre mesures suffisent à savoir si le positionnement fonctionne. À relever mensuellement.

DEMANDES ENTRANTES PAR MOIS	TAUX DE TRANSFORMATION	DÉLAI RÉEL MÉDIAN	PANIER MOYEN

[S-06] – VALEURS À RELEVER • REVUE GO / PIVOT À M+6

RÈGLE DE DÉCISION

Une revue formelle est prévue à six mois après lancement. Si les charges ne sont pas couvertes à douze mois, la mise en sommeil ou la dissolution est actée. Ce document doit être relu à cette échéance : un positionnement qui ne produit pas de demande doit être corrigé, pas défendu.