

Informations Vans :

- -Vue comme une marque de skateur,
- -Depuis les années 80 forte notoriété de la marque grâce au film “Ça chauffe au lycée Ridgemont”
- -symbole d'une génération
- -Populaire dans le monde rural
- -Pour les jeunes
- -Produits de plus en plus développer ( pour plaire à tout le monde )
- -Beaucoup de collaboration
- -Old school
- -Avis et commentaire plutôt positifs
- 

**OBJECTIF** -> Depuis les années 80 forte notoriété de la marque grâce au film “Ça chauffe au lycée Ridgemont”.

Mais c'est surtout à partir des années 2000 que Vans a grimpé en notoriété : l'arrivée d'internet, l'omniprésence des médias de communication (de + en + de publicités, de journaux “people” -> influence des célébrités)...

Notre objectif sera d'étudier si de nos jours la marque Vans a toujours le même impact auprès des jeunes de 15 à 25 ans.

**PROBLÉMATIQUE** -> (plusieurs propositions)

- “Quel est l'impact de la marque Vans sur la cible des 15-25 ans ?”
- “La marque Vans a-t-elle toujours autant d'impact sur la vie des consommateurs ?”