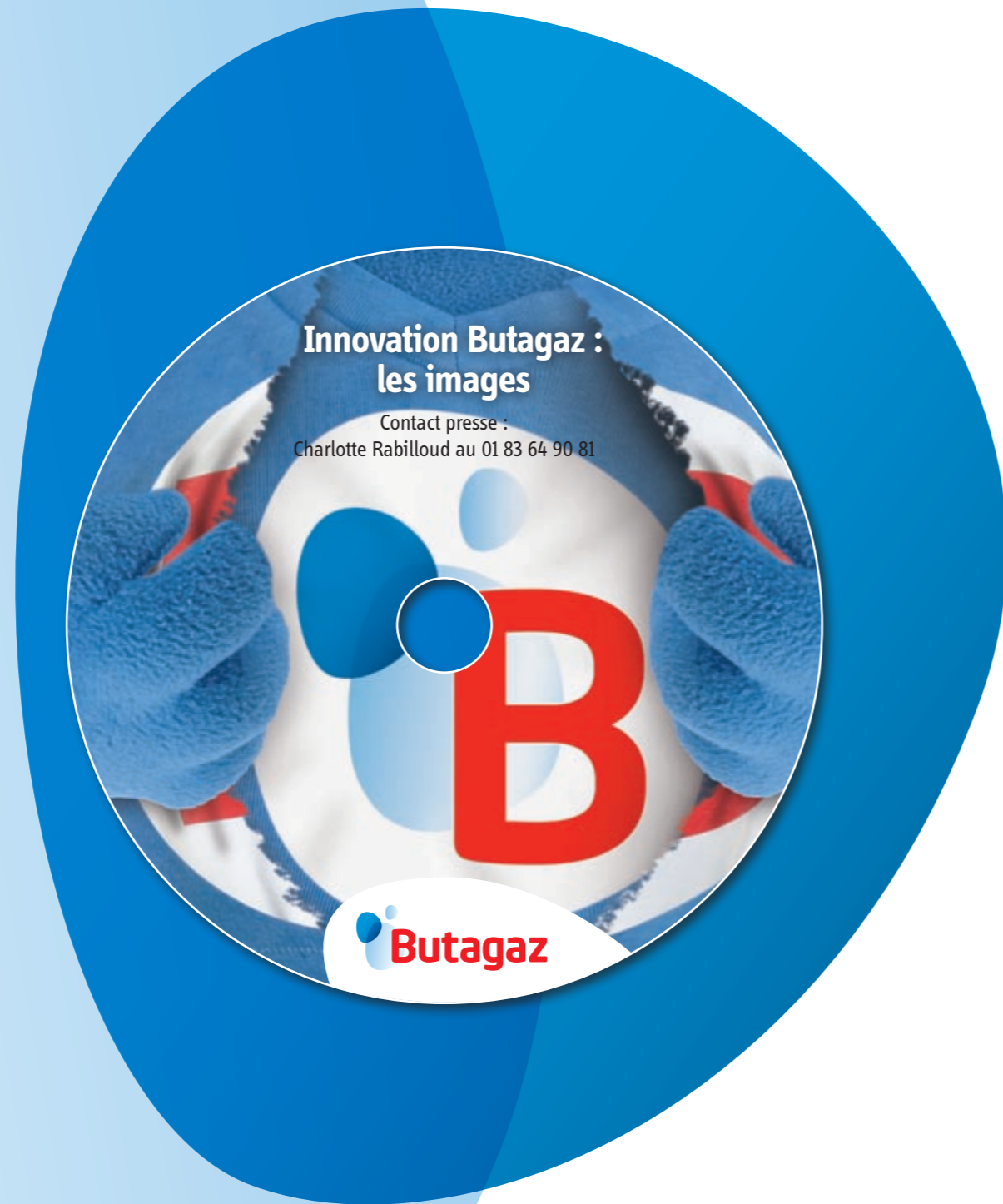




Contact presse
Les Ateliers Corporate/Publics & Relations
Charlotte Rabilloud au 01 83 64 90 81
charlotte.rabilloud@lesatelierscorporate.com

facebook
www.facebook.com/BobButagaz



**Innovation Butagaz :
les images**

Contact presse :
Charlotte Rabilloud au 01 83 64 90 81



Création Les Ateliers Corporate/Publics & Relations

**Innovation Butagaz :
La marque leader se réinvente et lance l'écoConfortique®**



Septembre 2012

Butagaz, une marque leader qui a su anticiper les enjeux de son époque

1932, Butagaz révolutionne le confort domestique

À sa création en 1932, la mission de Butagaz était d'offrir toujours plus de confort aux Français. Challenge réussi. Avec ses bouteilles de gaz, Butagaz a permis aux habitants des zones rurales d'accéder au confort domestique pour se chauffer, se laver à l'eau chaude et cuire leurs aliments aussi facilement que les citadins reliés au gaz de ville. Grâce à Butagaz, le confort a gagné du terrain et s'est installé à la campagne.

Butagaz, 80 ans d'innovation au service du confort

En un siècle, le confort domestique a considérablement évolué. Au fil des ans, Butagaz, très attentive à ces évolutions, a développé son offre pour répondre au mieux aux attentes d'une clientèle exigeante. Les consommateurs veulent aujourd'hui un fournisseur d'énergie fiable, proche d'eux, responsable et abordable, c'est ainsi que Butagaz n'a eu de cesse d'innover avec pour seule priorité la satisfaction de ses clients :

- **1990 :** Mise au point de citernes enfouies telles que Nautila®,
- **1997 :** Invention du Cube®, la seule petite bouteille de gaz carrée et plastique,
- **2005 :** Lancement du programme Butaprimés® en faveur des économies d'énergie,
- **2006 :** Conception de Viseo®, la 1^{ère} bouteille de gaz légère et transparente avec niveau de gaz visible,
- **2009 :** Création du comparateur de prix sur Butagaz.fr. La défense du pouvoir d'achat devient le cheval de bataille de la marque,
- **2011 :** Lancement d'une application iPhone grand public "Tous en terrasse". Lancement de la marque sur les réseaux sociaux, notamment sur facebook et Google+, avec 20 000 téléchargements et 47 000 fans.

2012 : Butagaz, une marque ancrée dans l'air du temps

Pour avoir une longueur d'avance, un leader doit savoir se réinventer. Butagaz l'a bien compris depuis le tournant amorcé en 2005 avec Bob, le nouvel ours bleu, mascotte facétieuse, drôle et formidable ambassadeur du rajeunissement de la marque. Fidèle à cette stratégie de redynamisation, Butagaz continue d'évoluer et bouscule aujourd'hui ses codes. La marque change de peau et revisite son identité visuelle avec un nouveau logo.

BUTAGAZ

Butagaz

Ce nouveau logo tout en rondeur, légèreté et fluidité surfe sur une vague de modernité et d'innovation. Il réaffirme la mission de la marque : le confort, le bien-être et l'humain, tout en préservant les éléments de son ADN :

- **Proximité :** une marque proche de ses clients géographiquement et psychologiquement,
- **Accessibilité :** une marque abordable qui facilite et simplifie le quotidien de ses clients,
- **Responsabilité :** une marque sûre, fiable et impliquée dans les économies d'énergie,
- **Modernité :** une marque innovante dans son offre, ses produits, son discours et ses moyens de communiquer.

L'évolution du logo s'inscrit dans une démarche stratégique initiée dès 2005 avec l'Agence V. À l'époque, animée par la conviction que Butagaz tenait avec sa mascotte un merveilleux ambassadeur, l'Agence V lui a donné une place prépondérante dans la communication pour porter avec dynamisme et espièglerie le rajeunissement de la marque. Bob, le nouvel ours bleu, s'impose alors comme le porte-parole emblématique des valeurs de la marque patrimoniale : gourmandise, chaleur et confort. C'est l'incarnation du service rendu au client : le protecteur du confort du foyer, le gardien des engagements de la marque.

L'évolution concerne principalement :

- La typographie : elle passe en lettres minuscules et s'arrondit. Elle continue d'exprimer le leadership mais de manière plus subtile et modernise l'image en correspondant davantage aux codes typographiques actuels.
- L'élément graphique bleu : la barre de soulignement bleue est supprimée, laissant place à différentes formes arrondies aux multiples évocations et significations, qui, entourant le B de Butagaz, renforcent son positionnement sur le confort et la proximité.

Modifier son logo : un sacré défi à relever pour une marque dont l'identité visuelle est ancrée dans les mémoires depuis plus de 25 ans. L'objectif de cette refonte : atteindre le juste équilibre entre la mise en valeur de l'héritage patrimonial de Butagaz et la révélation de sa nouvelle dynamique. Les résultats des études qualitatives menées auprès de groupes de consommateurs soulignent leur enthousiasme. Le logo a été jugé particulièrement esthétique, équilibré et plus moderne, enrichissant la marque et portant la promesse d'un nouveau Butagaz.

Pari réussi donc !

Butagaz en images, l'épopée d'une marque qui n'a cessé d'évoluer

BUTAGAZ
LE PREMIER BUTANE FRANÇAIS
U.R.G.

Au départ Butagaz est une marque-produit de la société URG (Utilisation Rationnelle du Gaz) qui sort sa première bouteille sous cette marque en 1932.

BUTAGAZ
PROPAGAZ

Les deux marques-produits Butagaz et Propagaz cohabitent jusque dans les années 1970.

BUTAGAZ

Avant que la société URG ne devienne finalement la société Butagaz au début des années 80 et que cette marque-produit ne devienne une véritable marque-entreprise.



L'Ours bleu Butagaz est créé en 1969. Depuis ses débuts il a fait l'objet d'une dizaine d'évolutions graphiques.

Un déploiement rapide et un merchandising dédié en point de vente

Pour assurer une visibilité maximale à cette nouvelle identité visuelle, les présentoirs Butagaz en points de vente GMS bénéficieront dès octobre d'un habillage de toit reprenant le nouveau logotype (près de 9 500 points de vente sont concernés). Les différents affichages en point de vente de la nouvelle campagne promotionnelle Viseo seront également porteurs de ce nouveau logo. L'ensemble des équipes marketing et communication travaillent à pied d'œuvre pour basculer la totalité des affichages, documents, plaquettes et autres outils de communication et marketing. Le site Internet sera lui aussi renouvelé. Optimisé dans sa navigation, il déclinera cette nouvelle ligne graphique. Mise en ligne prévue dès le 21 septembre.



Septembre 2012 : Bob crève l'écran et accompagne la révélation du nouveau logo

Phase 1 : Un teasing vidéo qui, en 2 films, présente la nouvelle identité visuelle aux collaborateurs et Internautes

L'Agence V a décidé d'innover en réalisant, à destination des équipes internes et des fans facebook de Bob, un teasing drôle et décalé. Un changement important se profile pour Butagaz : et si c'était Bob qui changeait ? Partant de ce postulat, l'agence a mis en place un dispositif permettant de créer la rumeur auprès du personnel de Butagaz et des fans facebook.

Dans un 1^{er} film au suspense insoutenable, Bob espionne une réunion "secrète" entre les responsables de la marque et leur agence. Il croit découvrir un complot visant à le remplacer. Il est inquiet et craint pour sa peau d'ours.



Le film est ensuite envoyé par email par l'ours bleu lui-même au personnel Butagaz et posté sur la page facebook de la mascotte. Toute la semaine, plusieurs emails internes sont envoyés et plusieurs commentaires postés sur la page de la mascotte, présentant un ours toujours plus inquiet. Le jour de la révélation, un nouveau film est envoyé. On y découvre Bob furieux qui force la porte d'une salle de réunion pour interrompre les dirigeants et demander des comptes. Finalement surpris, il découvre que le changement ne le concerne pas directement mais qu'il s'agit du nouveau logo, quel soulagement pour Bob... Ce dispositif et cette création permettent de mettre en avant, dans la forme comme dans le fond, les valeurs de proximité, modernité et d'accessibilité chères à la marque.



Phase 2 : Bob joue les vedettes d'une campagne publicitaire porteuse de la nouvelle identité de marque

Pour marquer cette étape importante dans le développement de la marque, une nouvelle saga publicitaire de 3 films a été tournée. Deux sujets sont mis en avant : le programme Butaprimés et la bouteille Viseo.

Dans la lignée des précédentes sagas, Bob est aux commandes de ces trois comédies. Il se retrouve cette fois avec de nouveaux partenaires (chien, chat ou jouet d'enfant) et leur donne la réplique avec humour et provocation pour mettre en avant la légèreté et le niveau de gaz visible de Viseo ou encore expliquer l'aide fournie par Butagaz pour la rénovation de la maison.

Le film sur le programme Butaprimés est diffusé à compter du 23 septembre sur TF1 et France Télévisions, avec un dispositif complémentaire sur le web.

Les 2 films mettant en scène la bouteille Viseo seront lancés sur le web et la télévision de rattrapage dès le 8 octobre, en synergie avec une large campagne promotionnelle relayée sur la presse quotidienne régionale et hebdomadaire.

Focus sur l'Agence .V., partenaire de Butagaz depuis 2005

Agence de création intégrée et pluridisciplinaire (media, hors media et digital), l'Agence .V. propose à ses annonceurs **une approche stratégique basée sur le vécu consommateur** et intègre ses clients tout au long du processus créatif dans un véritable système de **"co-création"** pour être toujours plus en adéquation avec l'ADN de chaque marque.

- Président / Directeur de création
Christian Vince
- Directeur général
Alban Callet
- Directeur du planning stratégique
Sébastien Emeriau
- Directeur de l'innovation et du digital
Tanguy Hugoo
- Directeur commercial
Willy Bouhet

Interlocuteurs Butagaz

- Directeur Commercial et Marketing
Sylvie Gallois
- Marketing Manager
François Gravet
- Communications Manager
Anne Bouet

Butagaz lance l'écoConfortique® : une innovation majeure sur un marché de l'énergie en pleine mutation

L'écoConfortique® : un petit pas pour Bob, un grand pas pour le confort

Dans un contexte environnemental où la réglementation évolue (application de la Réglementation Thermique* 2012 au 1^{er} janvier 2013), l'objectif de demain est clairement affiché : optimiser l'efficacité énergétique de l'habitat.

Avec 140 000 maisons neuves par an et la mise en application de la RT2012, la part de l'énergie gaz va considérablement augmenter grâce à sa compétitivité en termes de prix, de fiabilité et de confort par rapport à d'autres énergies. Il fallait donc trouver une solution de comptage moderne et complète qui réponde aux exigences réglementaires nouvelles.

En relation avec les constructeurs de maisons individuelles et toujours à la pointe de l'innovation, la marque à l'ours bleu lance en 2012 l'écoConfortique® : un concept inédit qui se décline aujourd'hui par une nouvelle offre commerciale packagée à l'attention des clients domestiques avec son "éco-plus" : la Butabox, un dispositif de comptage multi-énergies qui, relié à la box ADSL, permet de mesurer et gérer à distance la consommation énergétique de toute la maison.

Avec l'écoConfortique®, Butagaz propose au consommateur une technologie de pointe, répondant à la norme BBC, pour obtenir un confort optimal tout en maîtrisant sa consommation.



Visuel non contractuel, susceptible d'évoluer.

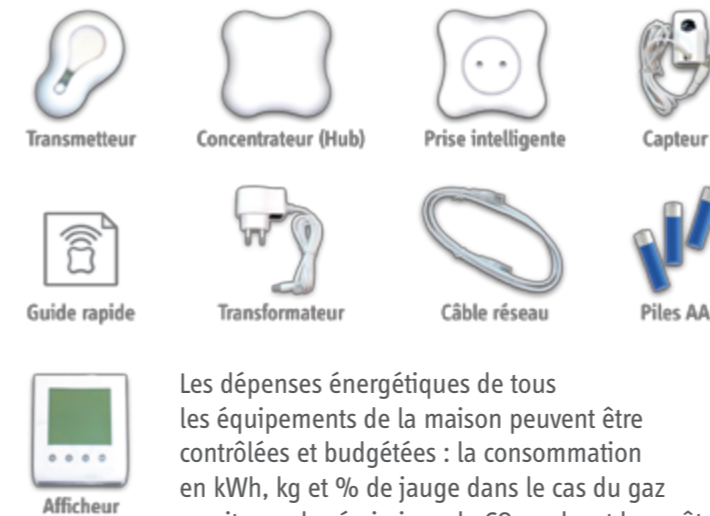
Butabox Une innovation signée Butagaz

Butabox est un outil intelligent et performant permettant de connaître la consommation énergétique (gaz et électricité) de tous les équipements de la maison pour appréhender son coût et son impact environnemental. Sa vocation : favoriser une bonne gestion de l'énergie et simplifier le quotidien des consommateurs tout en les aidant à maîtriser leur budget et défendre leur pouvoir d'achat.

Après une phase de tests consommateurs réussie, la solution Butabox est lancée en septembre puis commercialisée dès janvier 2013, dans un premier temps en exclusivité pour les clients gaz en citerne Butagaz.

Butabox sera ensuite distribuée auprès du grand public dès 2014.

Composition d'un kit Butabox

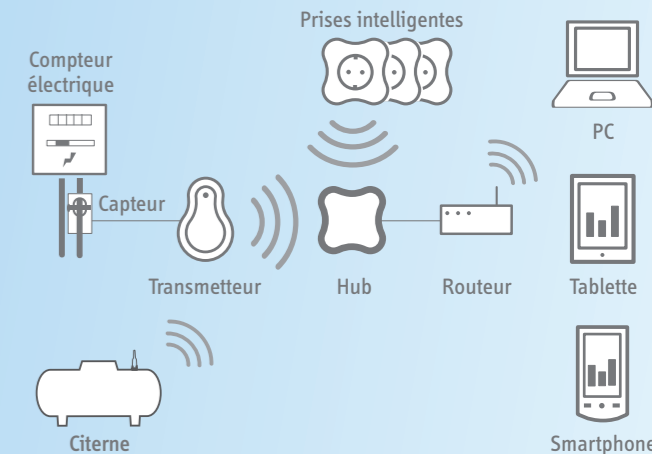


Les dépenses énergétiques de tous les équipements de la maison peuvent être contrôlées et budgétées : la consommation en kWh, kg et % de jauge dans le cas du gaz en citerne, les émissions de CO₂ en kg et les coûts relatifs en euros.

Butabox permet aussi de contrôler à distance l'ensemble des appareils électriques reliés aux prises intelligentes (mise en route ou arrêt de la télévision, du four, du sèche-linge, gestion des détecteurs de fumées, systèmes de surveillance ou pilotes domotiques,...).

Butabox, comment ça marche ?

Contrôler, analyser et agir sur sa consommation énergétique, c'est désormais possible avec la solution Butabox développée par Butagaz qui accompagne une fois de plus ses clients dans leurs problématiques énergétiques.



Un suivi à distance sur :



Le client peut à tout moment avoir accès à sa consommation grâce à un afficheur local, un accès sécurisé sur une plateforme web et des applications dédiées disponibles sur smartphones et tablettes.

Service innovant de gestion à distance, Butabox est un produit technologique à forte valeur ajoutée, la petite révolution que le marché de l'énergie attendait.

Riche d'une nouvelle identité visuelle et d'une innovation inédite et exclusive, Butagaz renforce son identité d'entreprise visionnaire et précurseur. Elle réaffirme son leadership et poursuit son développement tout en cultivant sa différence.



Application tablettes et smartphones

* La Réglementation Thermique 2012 (RT2012) a pour objectif, tout comme les précédentes réglementations thermiques, de limiter les consommations énergétiques des bâtiments neufs qu'ils soient pour de l'habitation (résidentiel) ou pour tout autre usage (tertiaire). L'objectif de cette Réglementation Thermique est défini par la loi sur la mise en œuvre du Grenelle de l'Environnement. Cet objectif reprend le niveau de performance énergétique défini par le label BBC-Effinergie. La réglementation thermique en vigueur sera, par conséquent, renforcée afin que toutes les constructions neuves présentent, en moyenne, une consommation d'énergie primaire (avant transformation et transport) inférieure à 50 kWh/m²/an contre 150 kWh/m²/an environ avec la RT2005. (Source : Le Grenelle de l'Environnement)