



Lancement de la filière construction bois  
de Bouygues Bâtiment France

# Branding et stratégie de communication

*Success book*



agence RJS



## **CONTEXTE**

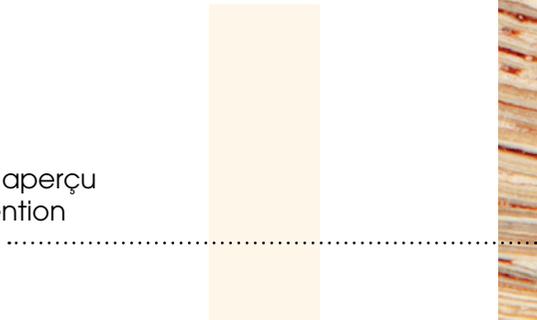
Afin de faire face aux enjeux climatiques, Bouygues Bâtiment France lance la démarche « Construction Bois ».

## **NOTRE MISSION**

# Accompagner notre client dans sa transformation

Concevoir l'identité et créer les supports de communication de cette nouvelle démarche pour accompagner les changements de modes opératoires et promouvoir la filière bois auprès de ses clients.

Vous trouverez ci-après un aperçu condensé de notre intervention sur ce beau projet



# SOMMAIRE

|   |      |
|---|------|
| I - Stratégie amont.....                    | p.7  |
| II - Recherches branding.....               | p.17 |
| III - Conception de la campagne.....        | p.25 |
| IV - Naissance de l'identité visuelle ..... | p.37 |
| V - Déploiement de la campagne.....         | p.45 |

# 6

## OBJECTIFS de communication

### **ACCULTURER**

les équipes & les fédérer  
derrière la démarche

### **ÊTRE RECONNU**

comme acteur majeur  
de la construction bois

### **FORMER**

l'entreprise aux usages  
de demain

**VÉHICULER** du sens  
& **S'ENGAGER** pour l'avenir  
et entrer en résonance  
avec les problématiques  
du monde actuel

### **ATTIRER**

les meilleurs experts  
partenaires

### **ACCROÎTRE**

les parts de marché



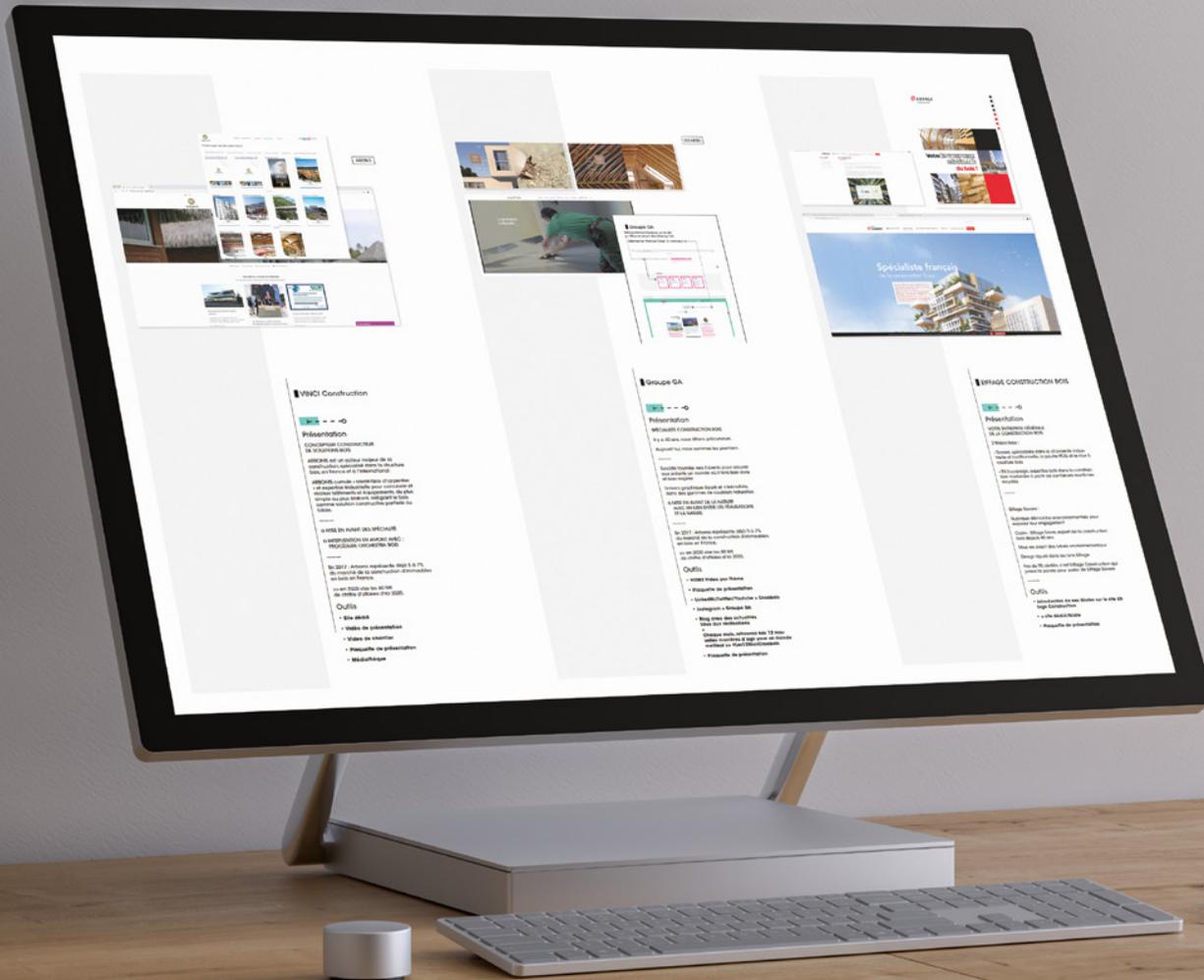
**Phase amont**  
Étude stratégique  
du marché  
et des cibles

Stratégie  
amont

Stratégie

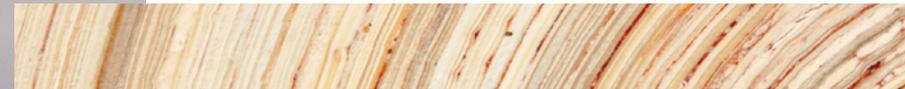


# ANALYSE DE MARCHÉ



## BENCHMARK

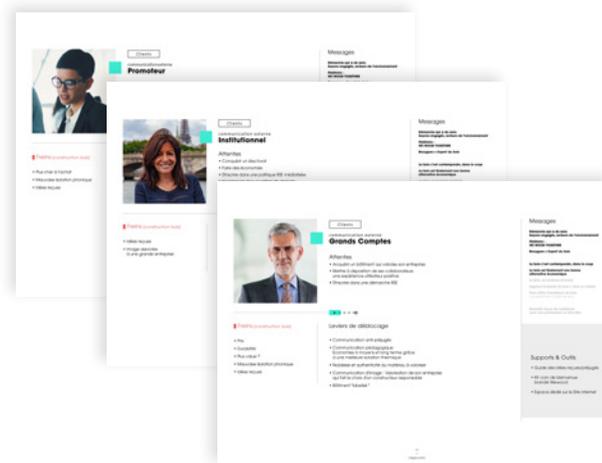
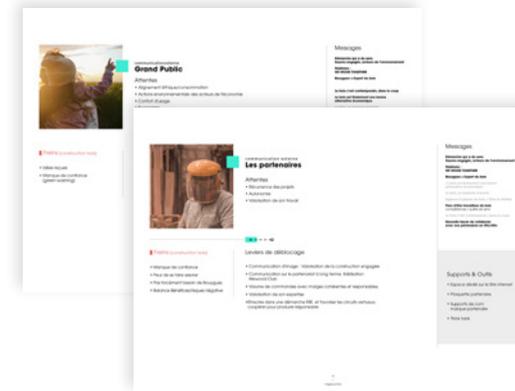
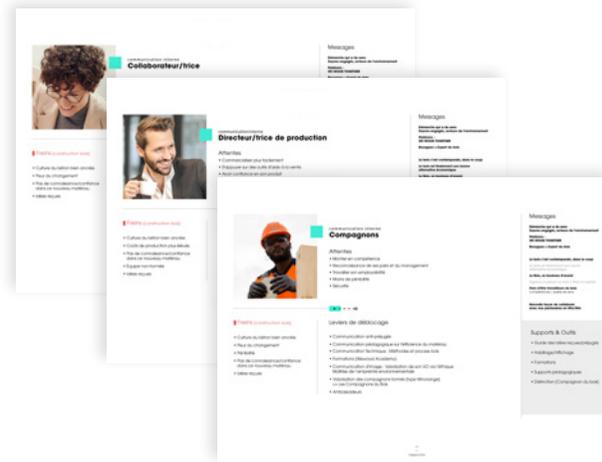
Afin de positionner et différencier la filière dans un éco-système existant, nous avons procédé à une étude des principaux acteurs du marché de la construction bois et de leur stratégie de communication.



# ÉTUDE DES CIBLES

*Persona*

La communication de la filière bois s'adressant à de nombreuses cibles, nous avons analysé finement chacune d'entre elles afin de définir les messages les plus en adéquation possible avec leurs enjeux et leurs pain points.



## INTERNES

COMPAGNON  
DIRECTEUR DE PRODUCTION  
COLLABORATEUR

PARTENAIRE BOIS  
GRAND PUBLIC

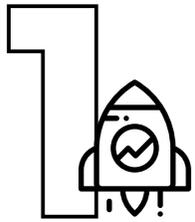
CLIENT GRAND COMPTE  
INSTITUTIONNEL  
PROMOTEUR

## EXTERNES



# PLANIFICATION

## LES 3 ÉTAPES DE LA COMMUNICATION DE TRANSITION



### Lancement du projet

COMMUNICATION  
**INFORMATIVE**  
SUR LE PROJET

Mise en place d'une stratégie de diffusion et de déploiement.

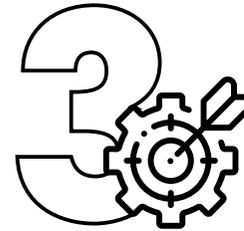
Implication des acteurs de la campagne



### Lancement officiel de la campagne

COMMUNICATION  
**IMPACTANTE**  
DE LANCEMENT

Messages phares autour d'une communication qui embarque.



### Phase d'acculturation

COMMUNICATION  
**PÉDAGOGIQUE**  
D'ACCOMPAGNEMENT

Acculturation et mise à niveau des connaissances





**Recherche  
d'une identité  
forte et unique,**  
apte à refléter  
l'ambition de  
cette nouvelle  
filère bois

Recherches  
branding

recherches





# Moodboard



# RECHERCHES

*logotype*



.....



.....



# RECHERCHES

*univers graphiques*

Architecture



Utilisateur final



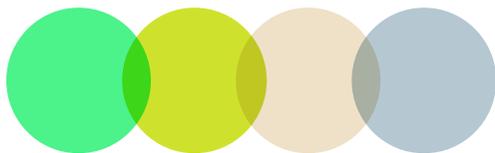
Matériau bois

Motif récurrent



Orange Bouygues

Couleurs naturelles



## Avant Garde Gothic

Typographie principale

*Brownhill Script*

Typographie d'accompagnement



Matériau bois



Architecture



Nature



# Conception de la campagne

## Recherches de propositions créatives, ajustées à la stratégie de communication

  
Les essentiels (classiques)

  
Site dédié

  
Stratégie digitale

  
Supports de vente

  
Vidéos

  
Médias

  
Presse

  
Événementiel

  
Espace wewood

  
Associatif

  
Chantiers

  
Pilotage

  
Ambassadeurs

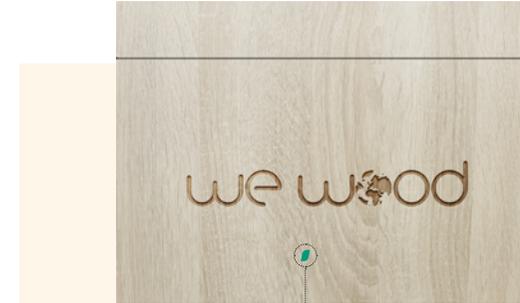


# RECHERCHES

*propositions de supports*



Magazine mensuel

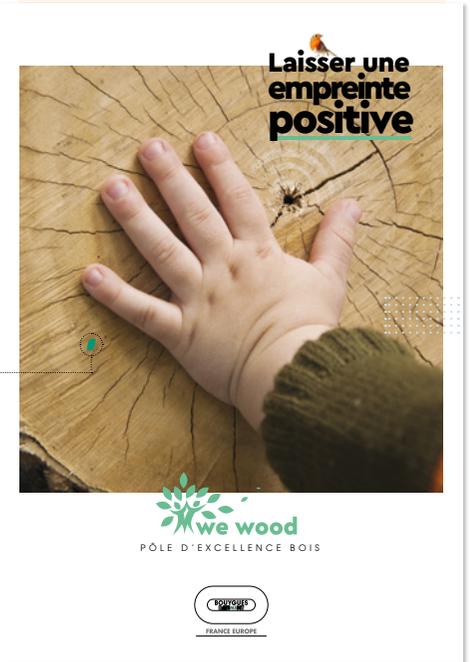


Marquage bois

Manifeste stratégique  
communication interne



*Construire autrement*



Mise en avant  
des engagements

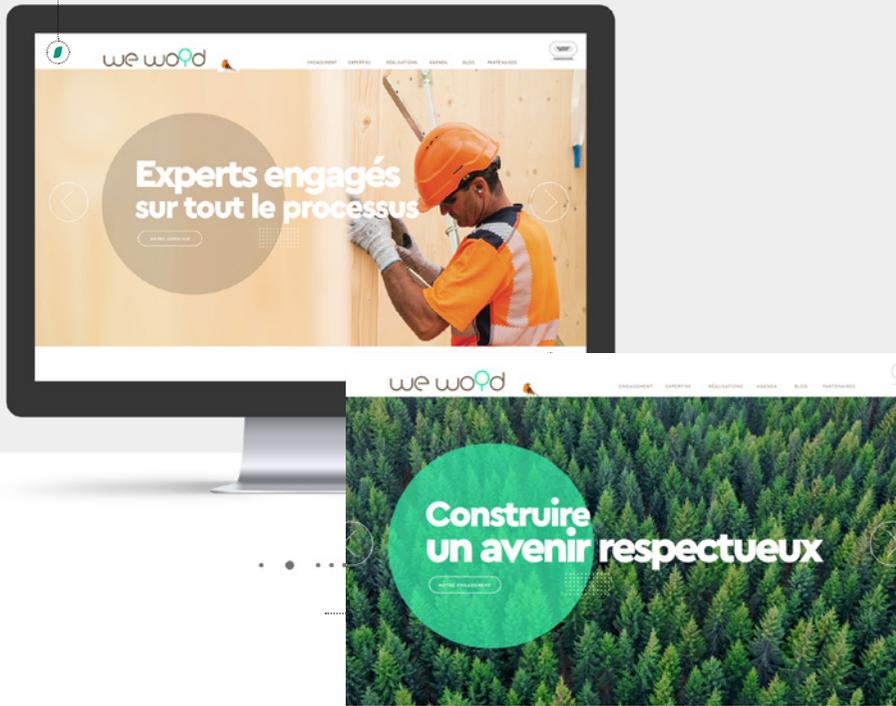
Flyer  
partenaires



Book A5  
We Wood 2024



**Site internet**  
orienté engagement environnemental



### ÉVÉNEMENTIEL

- Participation aux prix dans la construction bois et l'environnement
- Présence sur les journées «bois» et/ou RSE
- Forum / Salon
- Happening
- Événement de lancement interne



Page engagement

Vidéo technique



Proposition d'évènement en parallèle des JO

En 2024, on adhère aux valeurs universelles des jeux olympiques : respect des autres et dépassement de soi... mais sans CO2.

- Création d'un parcours/course à vocation solidaire (type mud day) autour du bois, ?
- Sponsoring sportif en plus de la notoriété un sponsoring de responsabilité.

# RECHERCHES

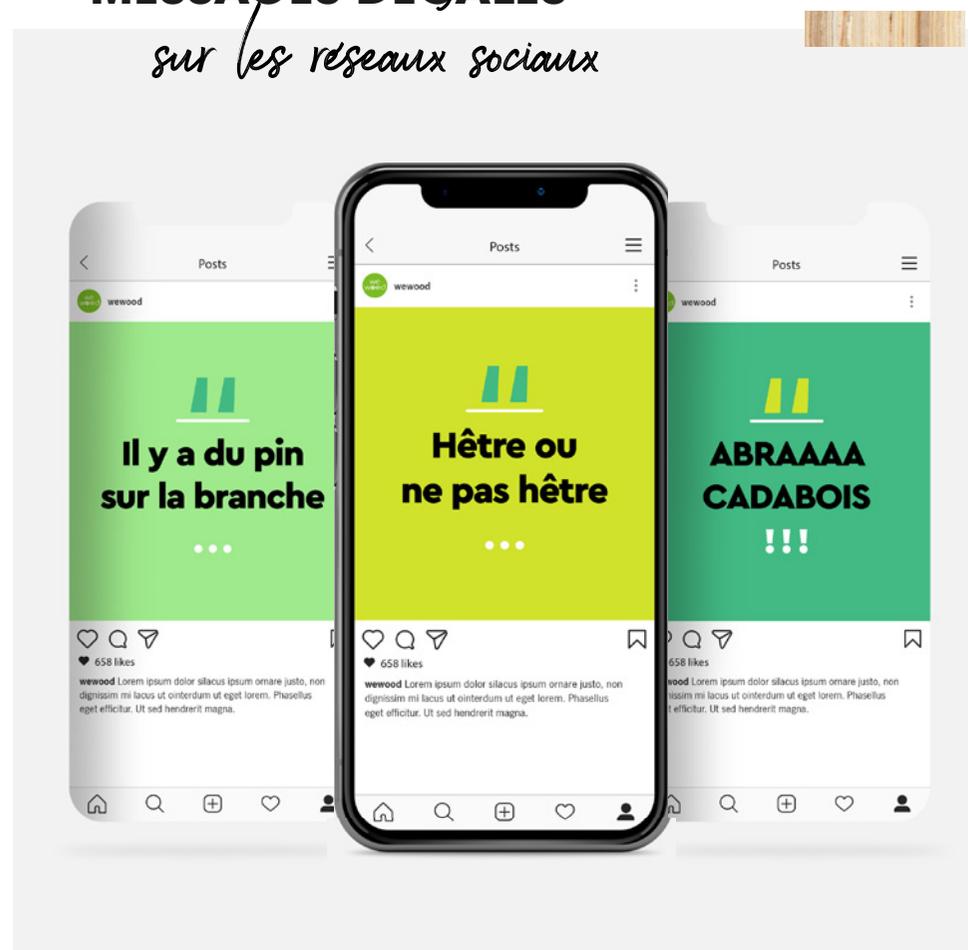
*propositions de messages*



- « Pôle d'excellence bois »
- « Responsables par essence »
- « Construire un avenir respectueux »
- « Laisser une empreinte positive »
- « Empreinte responsable »
- « Naturellement engagés »
- « À la cime du progrès éco-responsable »
- « We Wood Together »

## MESSAGES DÉCALÉS

*sur les réseaux sociaux*



# RECHERCHES

*propositions de goodies*



# RECHERCHES

*idées différenciantes*



## ASSOCIATIF

**Association** avec des acteurs écoresponsable, RSE, Bois. (Mike Horn/ Nicolas Hulot/ Yann Arthus Bertrand, etc.)

Organiser avec le monde associatif un événement « du bois », une réelle concertation, un grand débat pour faire campagne ensemble pour un modèle « qui agit pour le bien de tous »



**SIGNE DISTINCTIF**  
sur les Compagnons  
(casques, galons sur veste, etc.)  
**>> Compagnons du bois**



## MÉDIAS

**Création d'une web TV** (podcast sur les préjugés du matériau bois, suivi des chantiers en cours en time-lapse, événements...)

**Reportages** dans des émissions dédiées, *E = M6, C'est pas sorcier, ...*



## COMMUNICATION SUR CHANTIER

- **Habillage spécifique** et marquant des chantiers bois
- **Encart informatif** : Bouygues s'engage (bois)
- **Compteur** de « bénéfices RSE »
- **Marque distinctive** sur les bâtiments (sculpture, empreinte, dalle « bénéfices RSE »)
- **Plantation** d'arbres
- **Habillage** grue façon WeWood



## ESPACE DÉDIÉ

**Showroom** WeWood

Mise en place d'une zone dédiée et identifiable au sein du siège social ou dans un local annexe

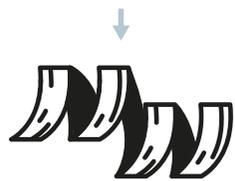


**Concrétisation d'une  
identité unique,**  
fidèle aux aspirations  
de l'entreprise

Naissance de  
l'identité visuelle

naissance





L'interpellation, le mouvement vers l'avenir



La transition verte



we wood'

we  
wood'



ITC Avant Garde Gothic Pro Medium

c d e f g h i j k l m n  
 a b o p q r s t u v w x y z

*Brownhill Script*

c d e f g h i j k l m n  
 a b o p q r s t u v w x y z



# e84e0f  
 CMJN 0 80 100 0



# ff9f38  
 CMJN 0 45 800 0



# 009879  
 CMJN 80 15 60 0



# 1d1d1b  
 CMJN 20 0 0 100

Déclinaisons  
 filières

**we wood**  
*Academy*

**we wood**  
*Community*

**we wood**  
*Solutions*

**we wood**  
*Club*

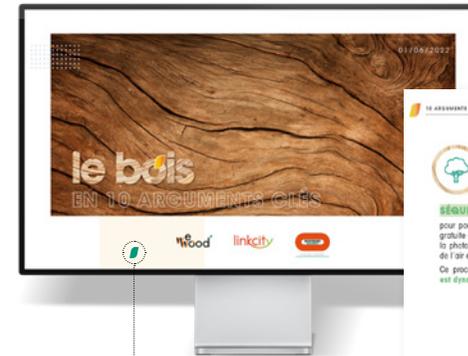
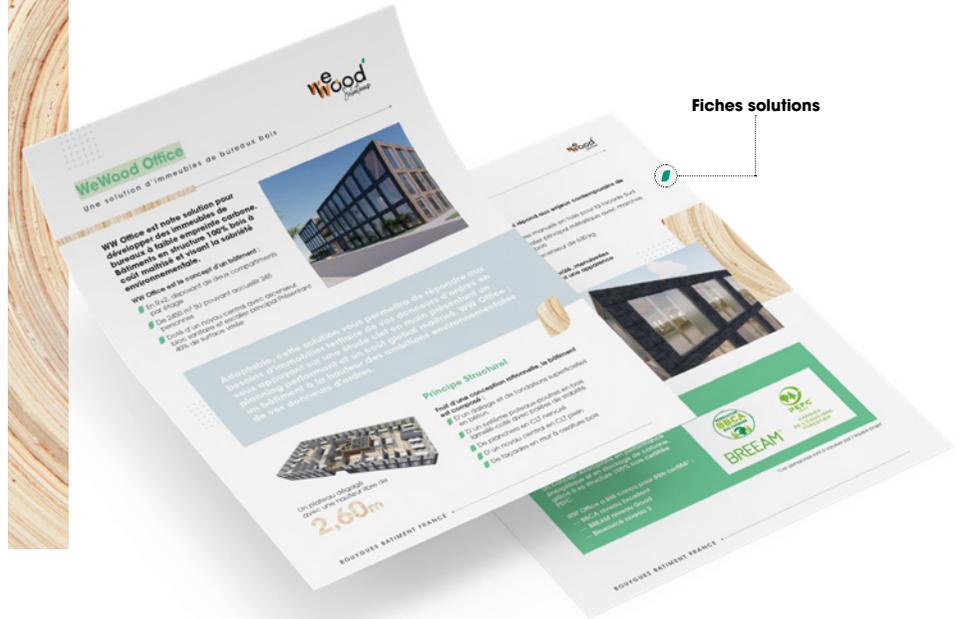


# Déploiement de la campagne

**Une fois les  
composants  
de la marque  
définis,  
les outils de  
communication  
sont lancés**

En co-construction avec les équipes  
de Bouygues Bâtiment France,  
la campagne multisupport  
et multicanal se déploie !





Masque PowerPoint argumentaire bois



*motion design*



Vidéo de promotion pour l'Académie du Bois et de la mixité des matériaux



Publi-reportage



Presse

Annonces presse



**weWood** l'ambition bois de Bouygues Bâtiment France Europe

**30%** de projets bois en 2030

- Une expertise unique de la conception à l'exécution
- Un savoir-faire sur tous les types de produits
- Un projet **weWood** c'est minimum **500 m<sup>2</sup>** de bois en ossature bois et/ou **100 m<sup>2</sup>** de bois de structure

**weWood Community** le réseau de Bois de Bouygues France Europe

- Une communauté de + de 70 collaborateurs convaincus par le bois
- Faciliter la mutation de l'entreprise
- Partager la connaissance
- Favoriser l'émergence de projets bois sur tous nos territoires

**weWood** l'ambition bois de Bouygues Bâtiment France Europe

**30%** de projets bois en 2030

PROTÉGER  
L'ENVIRONNEMENT  
NOUS TIENT À CŒUR

CONSTRUIRE  
AUTREMENT

C'est construire mieux  
et différemment, tout  
en limitant l'impact  
environnemental  
de nos projets pour  
répondre aux enjeux des  
territoires de demain.

CONSTRUIRE  
AUTREMENT

C'est partager  
la valeur et l'expertise  
avec nos partenaires  
et nos fournisseurs ;  
c'est favoriser les synergies  
pour innover ensemble  
au service de nos clients.

- REQUÊRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE
- PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ
- RÉUTILISER, RÉNOVER, RÉHABILITER, HYBRIDER
- CONSTRUIRE HORS-SITE, INDUSTRIALISER, STANDARDISER
- FAVORISER L'USAGE DE MATÉRIAUX BIOSOURCÉS



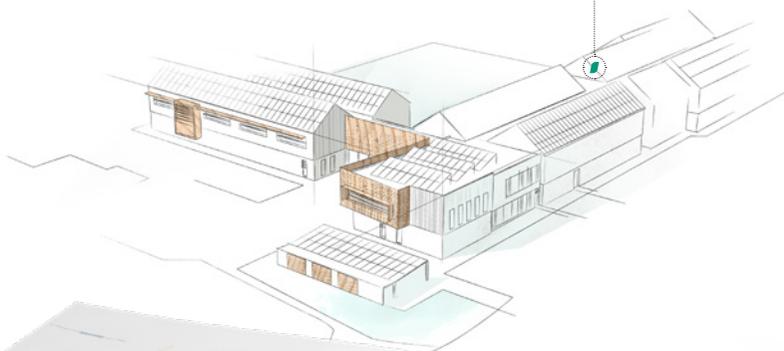
protéger



L'innovation partagée



Portfolio



Réalisation d'illustrations





## TÉMOIGNAGE

Céline Parmentier,  
**Responsable Communication externe**  
Direction Communication  
de Bouygues Bâtiment France

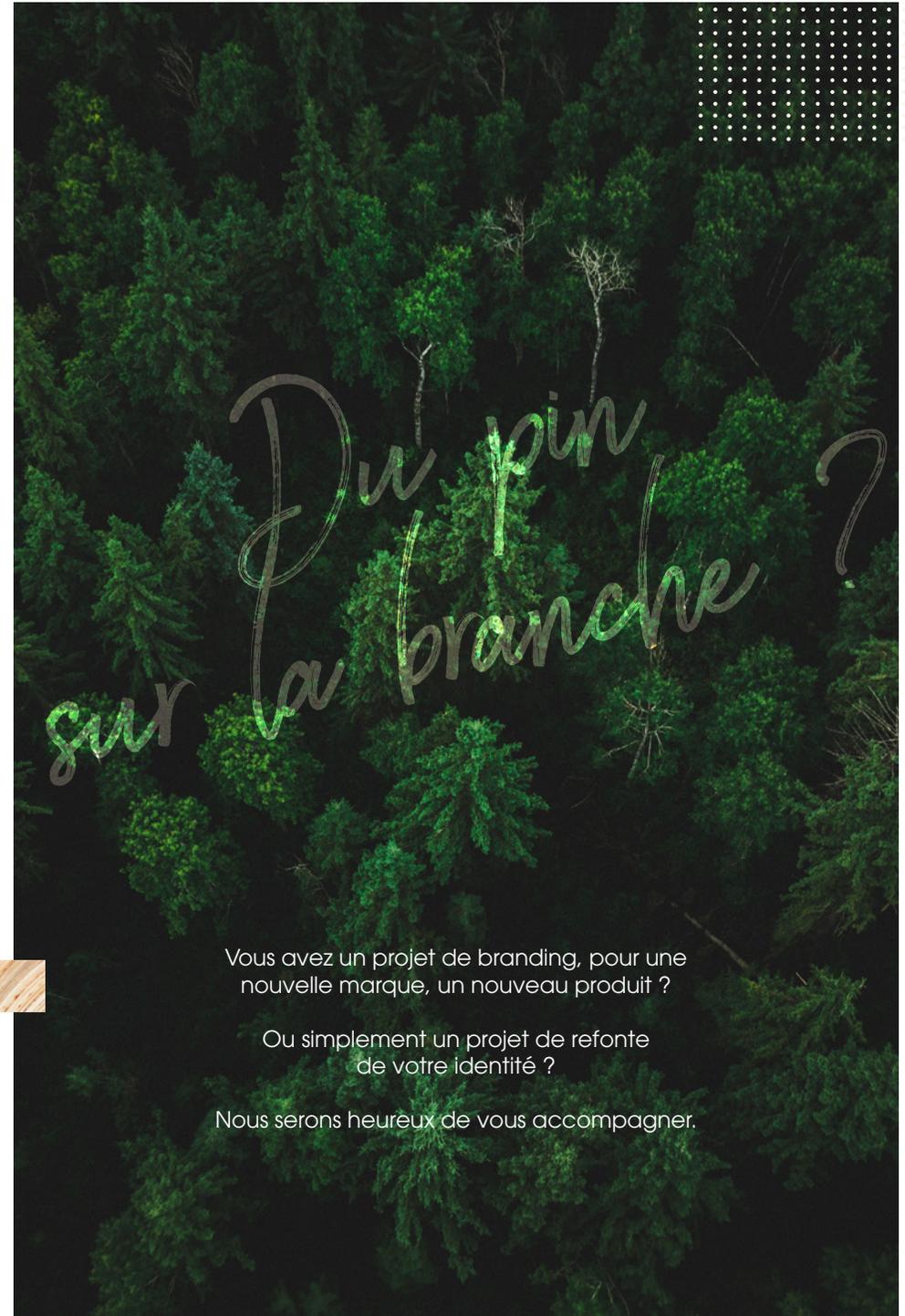
« Les équipes de RJS nous ont accompagné dès le lancement de la démarche pour nous aider à définir notre positionnement, à identifier les cibles et les bons outils et canaux de communication. Toujours à l'écoute, ils nous ont su comprendre nos enjeux et nous ont apporté leurs conseils et leur expertise pour valoriser notre démarche. Quant à la qualité des rendus qu'il s'agisse de supports print, vidéo et digitaux, elle est comme toujours au rendez-vous !

Si je devais résumer en 3 mots notre collaboration sur ce projet je dirais : disponibilité, créativité et conseil. Un grand merci à toute l'équipe de RJS et spécialement à Raphaëlle qui sait toujours rassurer et qui garde le sourire en toutes circonstances »

merci !



Un grand merci à Bouygues Bâtiment France pour sa confiance sur ce projet passionnant. C'est un véritable plaisir d'avoir pu co-construire cette identité et cette campagne aux côtés de leurs équipes :)



Vous avez un projet de branding, pour une nouvelle marque, un nouveau produit ?

Ou simplement un projet de refonte de votre identité ?

Nous serons heureux de vous accompagner.

