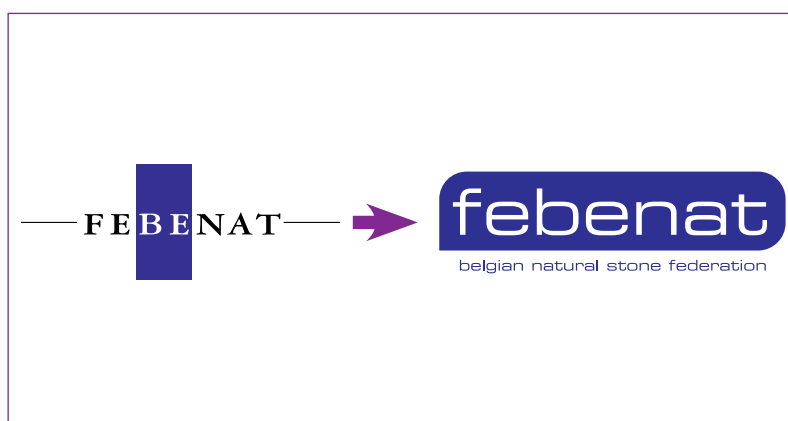


Un nouveau look pour Febenat

Lorsque je vois le mot 'branding', je pense toujours à toutes les publicités que nous recevons, avec ces produits écrits dans des caractères toujours plus grands. Surtout lorsque le temps est ensoleillé (et notamment avec ces publicités pour des boissons rafraîchissantes). Mais le branding concerne toutes les marques. Et Febenat est également une marque. Certes une marque qui ne vend rien, mais qui n'est pas pour autant moins importante. Notre fédération est fière de présenter son nouveau logo. Cette métamorphose s'accompagnera également d'un site Internet renouvelé. Outre les fiches techniques familières, tout a été relooké.



Inbev. Mais parfois, on décidera délibérément de ne pas le faire. Lorsque General Motors - qui était déjà en possession d'Opel - a acheté Vauxhall en Angleterre, le nom d'origine et le logo existant ont tout simplement été conservés en raison de la notoriété de la marque.

Mais aussi lorsque les banques se font remarquer, comme Fortis et Dexia dans un passé récent, on voit apparaître un autre logo et, dans certains cas, un autre nom.

Changement de nom

Une marque peut changer de nom pour différentes raisons. L'ancien nom se réfère plus au contenu. Un nom peut aussi être mal exprimé dans un autre pays. La signification d'un mot peut changer avec les années. Le nom prend ses distances avec tel ou tel segment du marché. Un changement de nom implique directement un changement de logo.

Au fur et à mesure que l'entreprise grandit, son positionnement change, ses objectifs deviennent plus clairs et de nouveaux marchés s'ouvrent. A ce moment, il est temps de donner une nouvelle orientation au logo de l'entreprise. La question créative reste de savoir quels éléments de l'ancienne identité doivent être conservés et si le changement de logo doit constituer une évolution ou un tout nouveau concept visuel. Les marques/entreprises évoluent au fil des ans, certaines plus vite que

d'autres. Cela ne veut cependant pas dire qu'il faut créer un nouveau logo à chaque changement. Tout l'art consiste précisément à apporter la bonne modification à l'image de la marque au bon moment:

* Est-il clairement visible que le logo date d'il y a 15 ans, mais les expertises de l'entreprise ont-elles encore fortement évolué entre-temps?

* L'entreprise a-t-elle décidé de s'attaquer à un nouveau segment du marché où à s'étendre au niveau international?

* La nouvelle direction souhaite-t-elle, via un autre logo, faire savoir qu'il souffle un vent nouveau sur l'entreprise?

Voici autant de raisons pour relooker l'ancien logo.

Le nouveau logo de Febenat

Nombre de petites entreprises font l'erreur, lors de leur démarrage, d'accorder peu d'attention et de budget au développement de leur image de marque. Elles n'ont pas les moyens financiers de faire créer un logo et ne se soucient souvent pas de l'importance d'un bon logo. Pourtant, il s'agit de l'enseigne de l'entreprise qui entraînera sa reconnaissabilité sur le marché et suscitera chez le consommateur une sensation de valeur et de confiance.

Comme nous l'indiquions dans le chapitre précédent, changer de logo n'est pas du tout évident. Chez Febenat également, nous n'avons

L'ensemble fonctionne-t-il?

Procéder à des changements se heurte généralement à beaucoup de résistance. Qu'il s'agisse d'une nouvelle machine à café ou d'un nouveau patron, les gens ne sont généralement pas trop friands du changement. Mais l'image d'une marque ou le logo et éventuellement l'identité graphique qui l'accompagne constitue tout de même un beaucoup plus gros changement. Il y a de nombreuses entreprises comme par exemple le producteur de boissons rafraîchissantes Pepsi qui existent depuis déjà des décennies et qui ont eu toute une série de logos au fil des ans. Mais pourquoi et quand ont-elles changé leur logo et, plus important encore, quand est-il grand temps pour votre marque d'afficher un nouveau look?

Lors de la fusion de deux marques, un nouveau logo constituera généralement une conséquence logique. Il suffit de jeter un œil à la fusion entre les brasseurs Anheuser-Busch et

pas foncé tête baissée. Il fallait quoi qu'il en soit changer quelque chose, tout le monde était d'accord sur ce point. Notre site Internet était ainsi devenu désuet: si le contenu était bel et bien régulièrement adapté, le code du site Internet ne permettait pas une modification aisée. La métamorphose de notre site (www.febemat.be) est dès lors à la base du nouveau logo. La reconnaissabilité restera conservée. Le nom ne change pas et la couleur existante a été intégrée dans le nouveau logo. Les contours du logo reviennent dans le reste de la forme doivent représenter une bulle de texte. Cela se rapproche de l'esprit du diffuseur d'information qu'est Febenat. A côté de cela, on a choisi d'assortir le logo Febenat d'un sous-titre. Dans un pays comme la Belgique, où l'on parle trois langues, il nous paraissait logique de chercher un compromis qui amplifie également le caractère international de Febenat: à savoir le slogan en anglais 'belgian natural stone federation'. Comme pour toute bonne marque, notre site Internet s'adresse à différents groupes cibles. Désormais, vous trouverez sur celui-ci des rubriques distinctes pour les architectes, les négociants et autres professionnels ainsi que pour les particuliers. De telle sorte que tout le monde y trouvera chaussure à son pied. Outre les fiches techniques familières, vous pourrez en lire davantage sur notre fédération et son fonctionnement. Pour l'instant encore en français et en néerlandais, mais ultérieurement aussi en anglais et en allemand. Vous pourrez ainsi directement consulter les différentes rubriques et différents sujets sur www.febemat.be mais j'aimerais tout de même déjà lever un coin du voile.

Pour l'architecte

Certains matériaux ont davantage de cachet que d'autres. La pierre naturelle en constitue le plus bel exemple. Au fil des siècles, la pierre naturelle a constitué le matériau de prédilection pour construire châteaux, palais, temples et cathédrales. La pierre naturelle reflétait la grandeur des peuples et civilisations. Aujourd'hui aussi, le choix de la pierre naturelle trahit vos goûts, votre style et votre raffinement. L'architecte joue ici un rôle important. La pierre naturelle est et reste un matériau de construction intemporel et actuel. Les plus grands architectes ne veulent souvent rien savoir d'autre. Parce que la pierre naturelle est 'authentique' et s'inscrit parfaitement dans un style de vie contemporain. Febenat aide à choisir d'une manière neutre et informative.

Pour le professionnel

Les nuances de teinte et de structure font qu'il n'y a pas deux pierres ni deux dalles identiques. Même si d'autres revêtements de sol tentent d'imiter ces propriétés naturelles, elles n'y parviendront jamais totalement. Les mains de l'homme et les machines ne peuvent rivaliser avec la nature. Le négociant propose un large assortiment et les connaissances nécessaires pour obtenir la bonne pierre au bon endroit. En raison du choix toujours plus large, il existe une solution pour chaque budget. Le rapport qualité/prix de la pierre naturelle, sur une longue période, joue en sa faveur.



Pour le particulier

Schiste, calcaire, grès, marbre, porphyre, granit, pierre bleue..., il existe tellement de variétés de pierre naturelle que les solutions pour l'intérieur et l'extérieur sont légion. Il existe une pierre naturelle appropriée pour chaque pièce de la maison. A l'extérieur également, la pierre naturelle garantit des solutions esthétiques et durables pour les allées, terrasses, sentiers de jardin et piscines. Le choix du bon matériau en fonction de l'application associé à un entretien adapté vous garantit une satisfaction à vie. La variation signifie aussi que la pierre naturelle possède différents champs d'application: plans de cuisine et pour lavabos, escaliers, façades, revêtement mural, etc. Bref, la pierre naturelle permet tout simplement de tout faire!

Pourquoi Febenat?

Il est extrêmement important de choisir le revêtement de sol approprié! Il existe tellement de matériaux et de finitions sur le marché, avec leurs avantages et leurs inconvénients ainsi que leur propre look et leur propre caractère. Généralement, il faudra faire des compromis et opter pour un seul aspect bien déterminé. L'un optera pour le prix ou le design, l'autre pour la durabilité, la facilité d'entretien, l'ambiance, la chaleur, etc. La pierre naturelle forme ici une exception, il s'agit en effet d'un matériau qui réunit la plupart des avantages dans un seul et même produit. La pierre naturelle a aussi quelque chose de mystique, en sachant que le sol sur lequel vous marchez chaque jour est âgé de millions d'années. Febenat vous informe de manière objective sur toutes les facettes de la pierre naturelle.

Quand vous pensez à la pierre naturelle, pensez à Febenat!

Geert Legein • Directeur de Febenat