

PORTAILS

SIB, la culture de l'excellence

TEXTE : STEPHANIE DREUX-LAISNÉ



SIB se dote d'une nouvelle stratégie de communication. Avec sa nouvelle identité de marque, la société vendéenne lance une campagne TV et intègre l'univers de la maison connectée.

Créée en 1973, la Société d'Innovation du Bâtiment (SIB) consacre son activité à l'environnement de l'habitat. Elle conçoit, fabrique et distribue des portails alu, portillons, volets, portes de garage, clôtures, garde-corps, claustras, carports, abris de terrasse et automatismes de portails.

L'entreprise vendéenne, particulièrement reconnue pour son activité de fabrication de portails, développe depuis Septembre une nouvelle stratégie de communication.

Une nouvelle identité de marque

Pour plus de modernité, le logo a été totalement retravaillé. Sobre et élégant, il reprend les éléments qui ont fait la notoriété de la marque. La signature «Le portail par excellence» renvoie aux fondamentaux de l'entreprise qui, depuis 1973, est un acteur reconnu du marché du portail. La charte graphique a également été épurée pour s'approprier les codes actuels du design, tout comme le site internet dont le graphisme et l'ergonomie ont été intégralement repensés.

Une communication grand public

SIB s'adresse directement au grand public à travers une campagne TV qui vient appuyer cette nouvelle stratégie. Afin de développer sa notoriété auprès de cette large cible, pour la première fois, la marque est présente sur les écrans de France Télévision. Cette campagne est également l'occasion de communiquer sur le partenariat mis en place avec Delta Dore, qui grâce à un module permettra de rendre ses portails, portes de garage et volets pilotables à distance.

