

---

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

13 novembre 2017

### **Saint-Gobain lance en France une campagne publicitaire pour valoriser sa marque auprès du client final**

**Fort de son histoire, Saint-Gobain a principalement développé sa notoriété auprès d'un public de professionnels. Dans un contexte de marché en constante évolution où le particulier est aujourd'hui prescripteur et décisionnaire, le Groupe renforce son positionnement de marque et accroît sa visibilité auprès de ses clients finaux. Pour répondre à ce nouvel enjeu, il lance en France une campagne publicitaire valorisant la contribution de la marque au confort de chacun et l'avenir de tous.**

Le confort et le bien-être dans l'habitat sont au cœur des attentes des consommateurs. Saint-Gobain, qui fait depuis longtemps partie du quotidien des Français, les a pleinement intégrées dans sa stratégie de développement. Le Groupe se distingue ainsi par sa capacité à proposer des produits et des solutions toujours plus durables et performants, et en développant des services qui améliorent la qualité de vie de chacun, à la maison, au travail ou dans les transports.

Aujourd'hui, le Groupe souhaite se rapprocher du grand public en mettant en valeur, à travers une large campagne publicitaire en France, ses solutions innovantes. Il veut ainsi construire avec ses clients un rapport nouveau avec la marque Saint-Gobain.

*« Notre Groupe est doté de marques commerciales leader et d'enseignes à la notoriété importante telles que Placo, POINT.P, LAPEYRE, ISOVER, Weber, Sekurit ou encore Norton. La marque Saint-Gobain est le ciment de cette organisation décentralisée. Elle permet d'unir l'ensemble de nos 170 000 collaborateurs autour d'une culture, de valeurs et d'engagements communs »,* indique Pierre-André de Chalendar, Président-Directeur Général de Saint-Gobain. *« Nous souhaitons rendre la présence de Saint-Gobain et sa contribution positive au quotidien de chacun plus visible en promouvant nos solutions éco-responsables, et en valorisant notre expertise et notre culture d'innovation. Avec cette campagne publicitaire, nous visons à renforcer notre notoriété et à construire avec le public un lien fort et émotionnel ».*

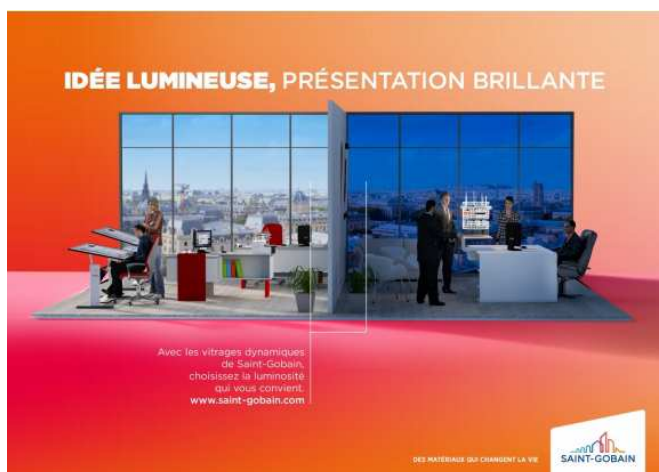
La campagne s'articule autour d'un film et d'annonces presse qui abordent le thème du « vivre ensemble ». Elle illustre la contribution de la marque au bien-être des Français en mettant en scène les matériaux et les solutions du Groupe qui apportent confort thermique, acoustique et visuel, résistance et une meilleure qualité de l'air.

Ce positionnement est résumé dans une signature de campagne : « Des matériaux qui changent la vie ».

La campagne est soutenue par un plan media d'une durée de deux mois, à la télévision, en digital et dans la presse.

Ce rapprochement du client final est déjà une réalité pour Saint-Gobain. Pour preuve : le lancement récent d'Envie de salle de bain, la nouvelle enseigne du Groupe qui offre un large panel de produits et de solutions d'aménagement, une aide personnalisée à la conception et un service de mise en relation avec des professionnels du secteur. Le Groupe a également lancé à l'été 2016 Homly You.fr, une plateforme d'intermédiation entre professionnels et particuliers désirant réaliser des travaux.

Accédez au film <https://www.saint-gobain.com/fr/la-campagne/la-publicite>



## A PROPOS DE SAINT-GOBAIN

Saint-Gobain conçoit, produit et distribue des matériaux et des solutions pensés pour le bien-être de chacun et l'avenir de tous. Ces matériaux se trouvent partout dans notre habitat et notre vie quotidienne : bâtiments, transports, infrastructures, ainsi que dans de nombreuses applications



industrielles. Ils apportent confort, performance et sécurité tout en répondant aux défis de la construction durable, de la gestion efficace des ressources et du changement climatique.

**39,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2016**

**Présent dans 67 pays**

**Plus de 170 000 collaborateurs**

[www.saint-gobain.com](http://www.saint-gobain.com)

[@saintgobain](https://twitter.com/saintgobain)

#### **CONTACTS PRESSE :**

**Saint-Gobain**

**Laurence Pernot**

[Laurence.Pernot@saint-gobain.com](mailto:Laurence.Pernot@saint-gobain.com)

+33 1 47 62 30 10

**Susanne Trabitze**

[Susanne.Trabitze@saint-gobain.com](mailto:Susanne.Trabitze@saint-gobain.com)

+33 1 47 62 43 25