

« Un vitrage qui change la vie », le vitrage SGG ECLAZ expliqué aux particuliers



« Un vitrage qui change la vie », le vitrage SGG ECLAZ expliqué aux particuliers

GlassActu 24

Dans la continuité de la campagne publicitaire grand public de Saint-Gobain [Des matériaux qui changent la vie](#), Glass Bâtiment France a créé une brochure destinée à promouvoir les vitrages [SGG ECLAZ](#) auprès des particuliers. Une communication historiquement fondée sur les performances techniques.

Jusqu'à présent, la communication développée par Saint-Gobain Glass Bâtiment France était destinée de manière quasi exclusive aux professionnels transformateurs et/ou utilisateurs de vitrages. La tonalité générale des documents était plutôt technique et les avantages des différents produits essentiellement présentés à partir de leurs performances thermiques, solaires, acoustiques ou encore sous l'angle de la sécurité des personnes et des biens...

Les fabricants et les distributeurs de fenêtres, de baies vitrées ou de vérandas doivent alors adapter cette

information dans un format plus adapté à leurs clients particuliers.

Une communication innovante qui rompt avec les schémas traditionnels. Le lancement du vitrage **SGG ECLAZ**, constituait, pour Saint-Gobain Glass Bâtiment France, une excellente opportunité de communiquer directement vers le grand public. L'objectif du document créé à cette occasion, est d'exprimer de façon simple un nouveau concept de performance des vitrages **SGG ECLAZ** défini à partir de leur transparence exceptionnelle à la lumière naturelle et à l'énergie solaire.

Prenant le contrepied de la communication traditionnelle (essentiellement fondée sur l'isolation thermique), la nouvelle brochure explique :

- qu'« il n'y a pas que l'isolation thermique qui compte »,
- qu'il est bénéfique de « faire entrer plus de lumière dans la maison »,
- et que si « plus de lumière, c'est bien ! Plus d'économies d'énergie, c'est encore

mieux ! ».

C'est une autre façon de parler de transmission lumineuse, de facteur solaire et d'efficacité énergétique ! Une communication utilisable par tous les acteurs

Les thèmes développés autour des vitrages **SGG ECLAZ** sont structurés en termes de bénéfices « consommateur final ». Ils sont illustrés par des photographies et des représentations graphiques simples dans une brochure de 8 pages qui peut être directement distribuée aux particuliers désireux de changer leurs fenêtres.

Le document est également disponible pour les autres acteurs (les transformateurs de vitrages, les fabricants de fenêtres) situés en amont de la chaîne de valeur.

Chaque professionnel peut ainsi reprendre à son compte les éléments détaillés et les transmettre à ses propres clients.

La brochure devient le véritable support de son action commerciale.