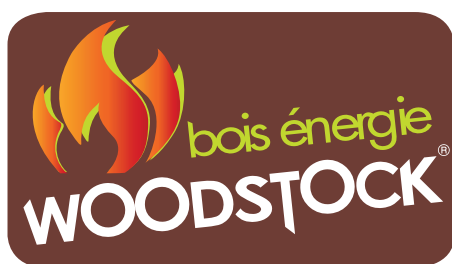


Woodstock® s'offre un nouveau logo et un nouveau site internet pour ses 15 ans !

À l'occasion de son 15^e anniversaire, **Woodstock®**, spécialiste du bois de chauffage haute performance et 100 % naturels (bûche de bois, bûche densifiée, pellets) s'offre un relooking de son logo et de son site internet ! Créée en 2007, la marque de référence d'Euro Energies (filiale du groupe Poujolat) s'affirme désormais comme le référent sur le marché des combustibles. Au regard des évolutions de sa notoriété, sa position sur ce marché mais aussi des habitudes des consommateurs, **Woodstock® a donc décidé de faire évoluer son logo et son site internet** pour les rendre davantage en phase avec son identité actuelle et les besoins de ses clients.



Ancien logo créé en 2007



Nouveau logo 2022

Un nouveau logo plus moderne et cohérent avec son positionnement sur le marché.

Le nouveau logo Woodstock® arrive dans un contexte marché plus mature, où l'atout environnemental de ce type de produits est déjà bien identifié. Son aspect visuel est ainsi plus conforme à sa position actuelle sur le marché : une marque qui a grandi, solidement installée et devenue leader des biocombustibles en France.

L'esprit du précédent logo et ses éléments clés, à savoir le nom et la flamme, ont été conservés, tout en étant épuré, modernisé et plus visible. Des évolutions graphiques qui se veulent en adéquation avec les attentes des consommateurs.

Le nouveau logo reflète également l'ambition de la marque qui étoffe son offre au-delà des biocombustibles, avec notamment des produits de cuisson.

En parallèle, les packagings font également peau neuve, dans un souci environnemental : optimisation de leur matière (papier, plastique issu de matières recyclées), diminution d'épaisseur et d'encre (moins de couleurs et de surfaces d'encre).



Un nouveau site internet pratique et complet au service des produits et des valeurs de la marque.

Le nouveau site internet de Woodstock® offre une visibilité simplifiée et plus transversale de ses produits avec :

- **La gamme chauffage et énergie** : granulés, bûches de bois haute performance, bois densifié, produits d'allumage.
- **Les produits de cuisson et « plaisir »** (charbon de bois « barbecue express », mais aussi toute une gamme **100 % bois de hêtre** : bois d'allumage, bûches de bois, granulés de bois, copeaux de fumage).

À travers ce site, transparait l'idée que Woodstock® n'est pas seulement un ensemble de solutions, mais « plus qu'un produit, une philosophie ». Les engagements de la marque sont importants, en lien étroit avec la qualité même des produits. Ils méritaient donc d'être également mis en avant sur ce site.

Il s'avère aussi parfois nécessaire de **lutter contre certaines idées reçues**. « Tous les bois sont efficaces pour se chauffer, le chauffage au bois est forcément contraignant, etc. » Le site permet ainsi de comprendre plus clairement les avantages des produits Woodstock® (bois sec, rendement maximum, conditionnement pratique...) ainsi que le mode de fonctionnement et les valeurs de la société incluant la fabrication française, une production plus durable et la garantie de produits performants.

Pédagogique, ce site fait également la part belle à de nombreux conseils et guides, pour bien choisir son bois, comprendre l'importance de privilégier tel ou tel produit, les avantages réels d'utiliser du bois de qualité,

comprendre le cycle de vie des produits Woodstock®. Une fois le consommateur convaincu de l'intérêt d'acheter un produit Woodstock®, il est important ensuite de lui en **simplifier l'achat**. C'est pourquoi cette nouvelle version du site internet a optimisé son service de géolocalisation des magasins les plus proches. **Le Store locator a été repensé pour faciliter encore plus l'identification des points de vente**, avec davantage d'informations sur chacun.



Enfin, la mascotte **Mr Woodstock** est conservée et devient même omniprésente pour guider et illustrer des scènes de vie (par exemple un barbecue entre amis, un moment convivial autour du poêle à bois ...).

Cette mascotte, en plus du capital sympathie qu'elle véhicule, permet de **personnaliser la relation consommateur et souligner la satisfaction utilisateur**. Une satisfaction qui repose notamment sur **les bénéfices d'utilisation des produits Woodstock®**, offrant un confort optimal grâce à des solutions performantes et respectueuses de l'environnement.



A propos de Woodstock® bois énergie

Woodstock® bois énergie est une marque de la société Euro Energies, créée en 2007 et filiale du groupe Poujoulat, leader européen des systèmes de conduits de fumée. Présent dans différents pays au travers de 20 sociétés, le groupe Poujoulat réalise un chiffre d'affaires de plus de 288 M€ dans 30 pays et compte plus de 1 500 salariés. Il bénéficie d'une situation financière solide et d'un actionariat familial stable.

