

Si vous ne voyez pas ce message correctement, [consultez-le en ligne](#).



# ROCKWOOL®

Communiqué de presse  
Le 18 novembre 2022,

## **ROCKWOOL dévoile son nouveau positionnement de marque « By Nature », inspiré des performances naturelles de la laine de roche**

*Le Groupe ROCKWOOL, leader mondial de solution d'isolation en laine de roche, lance son nouveau positionnement de marque : « By Nature ». Le concept, signé par l'agence Accenture Song à Copenhague, vient souligner l'engagement du groupe Danois en faveur d'un habitat sain et durable, en axant la campagne sur les caractéristiques naturelles de la laine de roche. A l'occasion du lancement de la campagne, qui intervient au moment de la COP27, l'ensemble du concept « By Nature » est poétiquement résumé dans un court métrage réalisé par le cinéaste primé, Martin Aamund.*



### **Les 6 performances naturelles de la laine de roche**

La nouvelle signature de marque "By Nature" (« par nature » /NDLR), constitue la clé de voute du positionnement de ROCKWOOL. Cette expression a été développée afin révéler les performances intrinsèques à la matière première de la laine de roche : le basalte. En tant que matériau principal de tous les produits ROCKWOOL, la laine de roche est circulaire, respirante, résistante à l'humidité, insonorisante, durable et résiliente au feu. Ce sont ces performances intrinsèques qui contribuent à créer des environnements bâtis sains pour les personnes et la planète - "par nature".

Afin d'illustrer ce concept, ROCKWOOL a confié au cinéaste primé Martin Aamund la réalisation d'un film. Tournée à l'envers, ce court métrage retrace le parcours d'une femme, dont chaque étape de sa vie est une manière de souligner avec émotion l'importance d'un habitat sain et sûr pour ses occupants.

### **Un intérieur qui compte**

Le film débute sur son accouchement, puis remonte le fil de sa vie pour clore sur une image d'elle enfant, courant vers son père qui inscrit sa taille sur un cadre de porte. Le message hautement humain qui résume cette position stratégique pour ROCKWOOL est "Ce qui est à l'intérieur compte" : Alors que les discussions à la COP 27 battent leur plein, le message sous-jacent est que, en tant que choix naturel d'isolation, la laine de roche ROCKWOOL est également un choix responsable - pour l'environnement, la sécurité incendie, la santé et le bien-être.

### **Une protection invisible**

A travers cette campagne la marque souhaite mettre en évidence les fonctions essentielles de l'isolation en laine de roche dans les bâtiments qui nous entourent. Bien qu'invisible, l'isolation protège. S'adressant aux propriétaires de maisons et de bâtiments, aux architectes, aux prescripteurs et autres professionnels du bâtiment, en proposant des produits qui respectent l'humain et la planète, le groupe invite l'ensemble des parties prenantes à faire des choix responsables en termes de matériaux.

Enfin, à l'heure où la transition énergétique des bâtiments est plus que jamais un enjeu pour lutter contre les changements climatiques, la campagne vient sensibiliser le grand public à l'importance d'une bonne isolation pour réduire sa consommation d'énergie.

*"Les bâtiments sont la plus grande source d'émissions au monde. Les choix que nous faisons lors de leur conception et de leur spécification doivent donc être faits de manière responsable - pour le climat, pour notre santé et notre bien-être collectifs. Pour ROCKWOOL, cela signifie innover en proposant des produits qui réduisent les émissions et les déchets, et qui contribuent à la création d'espaces plus sains et plus responsables. Pour les professionnels du bâtiment - les architectes de nos maisons, écoles, hôpitaux, bureaux et établissements de soins - cela signifie faire des choix intelligents et conscients en matière de matériaux, de traitements et de finitions. C'est pour les aider à faire ces choix que nous avons adopté le positionnement "By Nature". - Mirella Vitale, Directrice Marketing, Groupe ROCKWOOL.*

### **Une campagne d'envergure internationale**

La nouvelle campagne de positionnement de la marque ROCKWOOL "By Nature" a été lancée au siège de la marque le 8 novembre 2022 sous la forme d'un film d'une minute et demie et de ressources numériques. La campagne est lancée en Italie, en France, en Espagne, au Danemark, au Royaume-Uni et aux États-Unis. D'autres marchés suivront au début de 2023.

Source fixe : Médiathèque ([rockwool.com](https://rockwool.com))

Source du film : [youtu.be/zFfS\\_brbSM](https://youtu.be/zFfS_brbSM)