



BOUTTÉ : NOUVELLE IDENTITÉ DE MARQUE ET MERCHANDISING REPENSÉ

Entreprise industrielle et familiale française depuis 1857, BOUTTÉ, spécialiste du décolletage, opère sur deux marchés : l'usinage de pièces sur plans clients & la conception, fabrication et distribution de raccords et autres produits de plomberie et d'arrosage dans les magasins de bricolage et jardinage.

Alors qu'elle ambitionne de se développer sur de nouveaux marchés, l'entreprise réinvente son identité de marque, au niveau du groupe et de ses deux activités, en alignement avec ses valeurs et ses nouveaux objectifs.

Dans le cadre de l'activité Distribution et du rôle d'architecte des rayons qu'endosse BOUTTÉ, cette nouvelle identité se concrétise par un merchandising modernisé et épuré, et de nouveaux packagings, présentés en avant-première à l'occasion des JdC Garden Trends, salon de référence de la distribution Jardin, organisé en ce début de printemps à Marseille.



Le stand BOUTTÉ sur les JdC Garden Trends 2025.

Une nouvelle identité de marque, reflet du savoir-faire de BOUTTÉ et de sa volonté d'innover

Implantée à proximité immédiate de la Baie de Somme (dans les Hauts-de-France) depuis plus de 150 ans, BOUTTÉ jouit d'une notoriété forte :

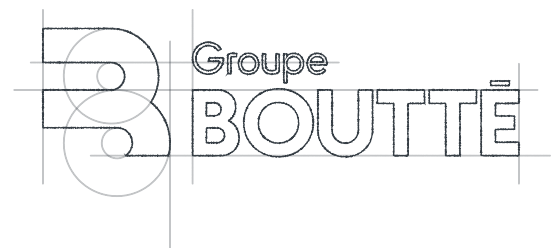
- Au près des donneurs d'ordres industriels grâce à son expertise en décolletage,
- Et des magasins de bricolage et jardinage, grâce à sa position de leader de l'arrosage de surface métal et à sa capacité à proposer des concepts complets en plomberie.

Forte de ses valeurs - pérennité, qualité, innovation, ... -, BOUTTÉ se donne de nouvelles ambitions :

- Conquête de nouveaux marchés à l'export,
- Développement d'une collection de raccords et accessoires d'arrosage haut de gamme « premium »,
- Offre de solutions durables et écologiques.

Ce positionnement se trouve affirmé et matérialisé par un nouveau logotype, construit autour :

- D'un grand B figuratif, intégrant un barillet de tour de décolletage et un raccord, évoquant à la fois la technicité, la solidité et un flux d'eau stylisé,
- De la mention BOUTTÉ dans une typographie élégante et minimaliste, dans un coloris grisé qui reflète l'ADN industriel de l'entreprise,
- D'une déclinaison « Groupe » et d'une par Domaine d'Activité Stratégique (DAS) : sous-traitance en décolletage (usinage de pièces sur plans clients) et distribution.



La construction du logo.

Un merchandising et des packagings modernisés



Nouveau linéaire (arrosage).

Pour l'activité Distribution de BOUTTÉ, cette nouvelle identité de marque s'exprime à travers un merchandising et des packagings repensés, offrant un design unifié et structurant. Des frontons aux stop-rays, en passant par les plaques brochables et les boîtes displays, chaque élément contribue à moderniser le rayon et à faciliter le parcours des consommateurs finaux en libre-service.



Un merchandising cohérent avec la segmentation du catalogue.



En cohérence avec la segmentation de l'offre présente dans le catalogue BOUTTÉ, cette nouvelle identité visuelle se décline en cinq coloris distincts pour faciliter l'identification des univers produits :

- Jaune orangé : Réseaux de plomberie,
- Rouge : Robinetterie de bâtiment,
- Bleu : Sanitaire & Chauffage,
- Vert d'eau : Adduction d'eau,
- Vert foncé : Arrosage de surface.

Un trait coloré sur la partie haute de ces outils marketing et packagings et le symbole B en bas à gauche, aux couleurs de l'univers dédié, renforcent cette codification.

Le fond gris foncé des packagings, identique au coloris du logo, met en valeur le produit broché sur plaque carton ou sa photo détournée sur boîte display, particulièrement lorsqu'il est en laiton.

Le tout confère au merchandising propre à la marque, un design industriel et épuré, pour des rayons Arrosage et Plomberie homogénéisés.



Plaque brochable.
Boîte display.



Présentés en avant-première lors du salon de la distribution Jardin, les JdC Garden Trends, du 25 au 27 mars à Marseille, ces nouveaux outils marketing et packagings BOUTTÉ seront déployés en magasins dès le début de l'année 2026.

A propos de BOUTTÉ

Depuis 1867, l'entreprise familiale BOUTTÉ détient un véritable savoir-faire dans le décolletage de pièces sur mesure pour de nombreux secteurs : gestion des fluides, gaz médical, connectique.

BOUTTÉ conçoit, fabrique et distribue également des raccords et produits de plomberie sanitaire et chauffage, d'arrosage de surface, pompage et récupération d'eau, qui représentent quelque 5 500 références vendues sur catalogue, à la distribution spécialisée grand public et professionnelle.

Forte de 130 salariés, l'entreprise est basée dans le bassin industriel de la Picardie Maritime, à Friville-Escarbotin (80).

Définition du décolletage : C'est une technique d'usinage de pièces par enlèvement de matière, à partir de barres de métal (ou de plastique), en petites, moyennes ou grandes séries, au moyen de tours automatiques, à cames ou à commande numérique.

Retrouvez cette information presse et ses visuels téléchargeables librement sur :

<https://www.salesfactory.fr/relations-medias-influenceurs/>

CONTACTS PRESSE



Charlotte Leclère
Antoine Braghini

Ligne directe : 01 41 38 95 21
Ligne directe : 06 72 93 17 38

charlotte.leclere@salesfactorypr.fr
antoine.braghini@salesfactorypr.fr

<https://www.salesfactory.fr/relations-medias-influenceurs/>