

FEU VERT DÉVOILE SA NOUVELLE IDENTITÉ ET LANCE UNE NOUVELLE SAGA PUBLICITAIRE

Porté par une vision innovante de la mobilité et par une accélération de son développement, Feu Vert fait évoluer son logo et l'ensemble de son identité visuelle. La marque au chat blanc lance au même moment une nouvelle saga publicitaire disruptive, en phase avec ce nouvel élan.

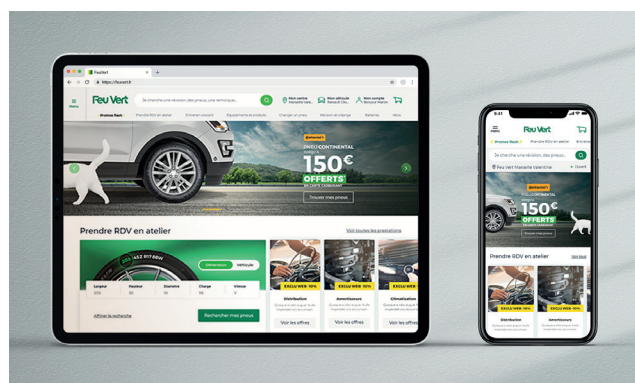


Montée en puissance de la digitalisation, création de nouveaux services facilitateurs pour les automobilistes, prise de marché sur l'électrique en 4 et 2 roues et diversification dans les modes de transport durables : 2021 est une année importante pour Feu Vert, puisque **l'expert de l'entretien automobile accélère son développement sur plusieurs fronts et part à la conquête de nouveaux territoires** à la veille de son 50^e anniversaire.

UNE TENDANCE FORTE : LA DIGITALISATION DES SUPPORTS ET DES USAGES

Pour marquer son entrée dans cette nouvelle ère de la mobilité et traduire son ambition d'innovation, Feu Vert souhaitait **moderniser la marque tout en restant fidèle à son ADN originel**.

L'environnement de plus en plus digitalisé et la multitude de sollicitations visuelles ont fait évoluer le logo Feu Vert vers **un traité plus épuré, plus en aplat, en conservant toujours sa couleur vert d'origine**, dans l'objectif d'être plus mémorable sur une diversité de supports.



La nouvelle identité visuelle se décline déjà sur le nouveau site feuvert.fr.

UN LOGO PORTEUR DES VALEURS ET DE LA VISION DE FEU VERT

Géométrique et à la fois chaleureuse, la typographie aux lettres reliées évoque aussi bien **un univers technique et moderne**, homogène et équilibré, que **le lien fort que Feu Vert cultive historiquement avec sa clientèle**.

Avec **la nouvelle signature «Rien ne remplace l'expert»**, Feu Vert exprime haut et fort son positionnement : être toujours du côté de ses clients et veiller à leur satisfaction.

Bien plus qu'un logo, la nouvelle identité visuelle porte et transpire les valeurs de l'enseigne, ce qui fait son essence depuis presque 50 ans : **accessibilité, confiance, modernité et indépendance**. Le résultat est une alliance d'héritage et d'ambition qui réaffirme Feu Vert comme **facilitateur d'accès aux nouvelles mobilités**.

UNE NOUVELLE SAGA PUBLICITAIRE POUR 2021

Accompagné par sa nouvelle agence de publicité **Buzzman**, connue entre autres pour ses communications fortes pour les comptes de Burger King et Uber Eats, Feu Vert associe à cette évolution d'identité une nouvelle campagne publicitaire.

Un plan média puissant en TV, vidéo online, radio et sur les réseaux sociaux sera déployé en deux phases pour créer la rupture et signifier le changement dès le 3 avril avec une nouvelle écriture publicitaire.



Ramsès, l'iconique chat blanc de la marque, restera-t-il le vecteur de communication de l'enseigne pour les années futures ? La réponse dès le samedi 3 avril dans le cadre de l'émission *The Voice* sur TF1, avec un dispositif d'appel au vote relayé sur le nouveau site feuvert.fr.

**DÉCOUVREZ LA NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE
DE FEU VERT SUR
<https://youtu.be/wqxhBWefdMk>**

À propos de Feu Vert :

Le groupe Feu Vert, fondé en 1972, détient les réseaux de centres-auto Feu Vert et Feu Vert Services et compte à ce jour plus de 450 centres-auto en Europe. Le concept Feu Vert se déploie en succursales et en franchises pour optimiser le maillage territorial. Plus de 10 millions de clients en Europe font confiance aux enseignes du groupe. Présent en France, Espagne et Portugal, le groupe Feu Vert compte aujourd'hui plus de 6 400 collaborateurs pour un CA sous enseigne de 647 M€ en 2019.

www.groupe-feuvert.info

PLUS D'INFORMATIONS SUR DEMANDE



**Vincent Claisse,
Directeur Marketing,
Communication &
Digital, déclare :**

« Cette évolution de notre identité concrétise toutes les évolutions mises en place ces deux dernières années par Feu Vert et s'inscrit aussi dans une stratégie de communication globale, soutenue par une nouvelle campagne publicitaire. C'est un événement majeur pour notre enseigne et pour l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices de Feu Vert, qui annonce notre volonté d'avancer dans une nouvelle ère plus servicielle, plus écologique, plus digitale et plus innovante pour les automobilistes. »