



« ASSUREZ-VOUS D'AVOIR CHOISI LA BONNE COMPAGNIE »

La Compagnie des Toits lance une campagne disruptive
qui change le regard sur la toiture professionnelle et sa gestion



Après « Parlons toits, parlons performance », La Compagnie des Toits vient de lancer une nouvelle campagne nationale conçue pour franchir une étape stratégique : renforcer la notoriété de la marque, accélérer sa conquête commerciale et son développement réseau. Son parti pris est clair : en matière de toiture professionnelle, le véritable risque est souvent celui que l'on ne voit pas au moment du choix.

Une prise de parole qui bouscule les codes du BtoB bâtiment

Dans un univers souvent dominé par des discours techniques interchangeables, la campagne adopte un angle inédit : parler des décisions qui mènent aux problèmes plutôt que des solutions elles-mêmes. À travers des messages courts, directs et mémorables, elle met en scène des situations familières aux gestionnaires de bâtiments. Par exemple :

« Je n'ai pas choisi La Compagnie des Toits.
Et je le regrette. »

« On verra plus tard ».
La phrase la plus chère du monde.

« J'ai choisi le moins cher.
Ça m'a coûté un toit. »

« On pensait la sécurisation inutile.
On est tombé de haut. »

Une stratégie centrée sur le risque et la responsabilité

La campagne repose sur une conviction forte : chaque décision liée au toit est une prise de risque, même lorsqu'elle semble anodine. Elle repositionne ainsi la toiture comme un enjeu stratégique impactant :

- la continuité d'activité
- la sécurité des personnes
- la valeur du patrimoine
- la responsabilité du gestionnaire

Signature : « Assurez-vous d'avoir choisi la bonne compagnie ».

Une campagne pensée comme un système éditorial

Pensée comme une saga publicitaire, la campagne fonctionne comme un système duplicable :

- des accroches modulables selon les contextes,
- une activation simple par les agences,
- une capacité à rebondir sur l'actualité (météo, sinistres, réglementation, saisons).

Elle vise autant la notoriété que la conquête commerciale, en facilitant l'entrée en relation et en apportant un discours commun au réseau.

Dispositif de campagne

Formats : print & digital, contenus éditoriaux, déclinaisons locales.

À propos (www.lacompagniedestoits.com)

Fondée en 2014 puis développée en réseau en 2020 par Nicolas Legendre, La Compagnie des Toits se positionne comme le réseau expert des toits professionnels. En fort développement, le réseau prouve chaque jour le bienfondé de sa raison d'exister dans un marché diffus. Convaincue que le toit est un équipement stratégique, l'enseigne accompagne entreprises et organisations publiques ou privées dans la gestion complète du cycle de vie de leurs toitures : études, interventions et maintenance.

Agences :

Conception-rédaction : Vincent Schlegel
Direction artistique : Troisième Voix

Contact presse :

Florian Rey, Directeur Marketing et Communication
frey@lacompagniedestoits.com - 07 49 61 03 99