



© Jean-Pierre Bénéard

ECONOMIE

L'ex Sobad Marine repense son image

↳ Jean-Loup Thivet (premier à droite), directeur général d'YsBlue, entouré de l'équipe de salariés.

Créée en 1977, l'ex-Sobad vient d'adopter une nouvelle identité visuelle sous le nom d'YsBlue. Sa stratégie de communication est en phase avec une clientèle internationale, et l'ouverture de stations-service ciblant les plaisanciers de la côte méditerranéenne.

également le carburant marin. Et pour moi, cette notion du bleu, c'est le monde maritime, la mer, la grande bleue : mon principal centre d'intérêt. Nous avons gardé le même symbole de proue de navire – qui pourrait être de n'importe quel type : chalutier, cargo ou de plaisance. C'est quelque chose de moderne qui a été réalisé par le fils d'une de nos collaboratrices. »

« La Sobad, confie Jean-Loup Thivet son directeur général, cela voulait dire : Société bretonne d'avitaillement et de distribution. Notre société a 40 ans, elle est historiquement ancrée à Douarnenez, et sa raison d'être c'est la vente de carburant marin. Mais depuis douze ans, en France, la consommation de fioul du secteur de la pêche est passée de 800 000 m³ annuels à seulement 180 000 m³. C'est pourquoi il nous a fallu diversifier nos activités et trouver d'autres créneaux commerciaux. »



© Jean-Pierre Bénéard

↳ YsBlue se taille la part du lion avec plus de 90 000 m³ de carburant marin fourni, pour 180 000 m³ consommé nationalement par le secteur de la pêche.

Des projets en 2018

« Nous préparons un site Internet, que nous développons à la fois avec So Ho ! et Les sentinelles du Web, une entreprise basée à Douarnenez. Et aussi d'autres projets en cours à Brest, Perros-Guirec, ou Saint-Laurent-du-Var, et à l'international avec l'Irlande, comme nous l'avons déjà fait avec l'Espagne et les Pays-Bas. En bref, s'enthousiasme Jean-Loup Thivet, on continue, on prend des risques et on avance. » ■

Nouvelles activités, nouveau nom

« La première phase, détaille Jean-Loup Thivet, a été d'ouvrir nos services à la marine marchande et de fournir du carburant bleu (carburant marin détaxé, marqué d'un colorant - NDLR), à cette clientèle spécifique. Il y a trois ans, nous nous sommes également orientés vers la navigation de plaisance et le yachting en Méditerranée où nous avons maintenant quatre points de distribution. C'est là que nous nous sommes dit : notre métier a changé, nous allons dynamiser notre communication. "So bad" avait une connotation négative pour les Anglo-saxons. L'ancien logo comportait un chalutier qui rappelait notre cœur de métier.

© Jean-Pierre Bénéard

Il y avait aussi la mention "gazole pêche", et c'est vrai que tout ça faisait très local. »

Les connotations d'YsBlue

« Le nouveau nom d'YsBlue a émergé de la réflexion menée avec l'agence de communication So Ho ! (Quimper). Je voulais qu'il ait une connotation bretonne, sans que cela ne soit trop marqué, ni risquer d'exclure une partie de notre clientèle. Dans le Sud, Ys pourra être lu comme Yacht service. YsBlue évoque

↳ Le packaging de communication aux couleurs d'YsBlue accompagne le nouvel élan de l'entreprise vers le monde de la plaisance.

