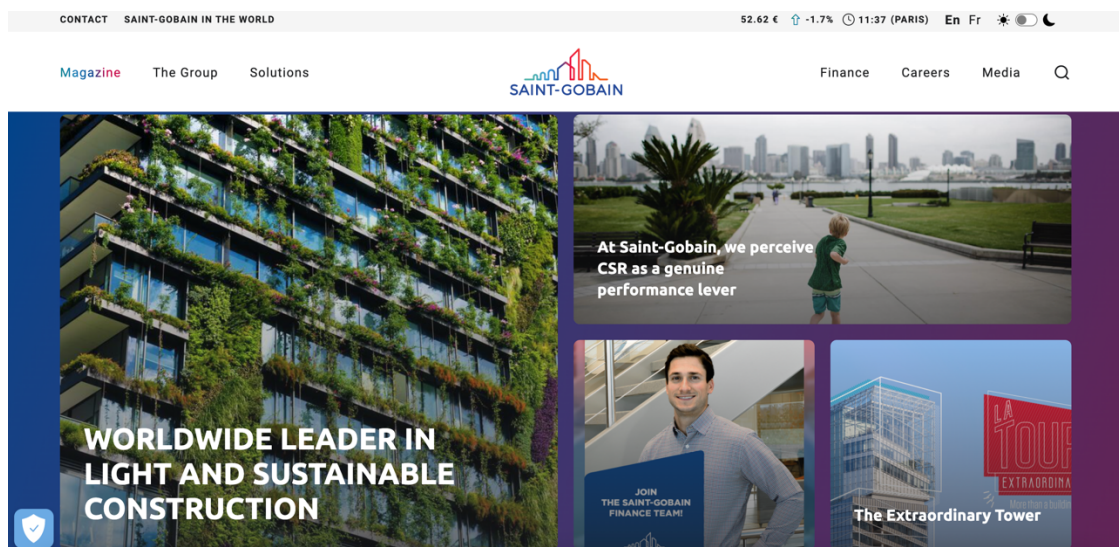


Razorfish France modernise l'écosystème digital corporate du Groupe Saint-Gobain.

Saint-Gobain.com, le relooking du nouveau site Internet et Intranet corporate du leader mondial de l'habitat durable a été lancé récemment par l'agence Razorfish. Une expérience optimisée grâce à un design moderne, une nouvelle identité de marque et des parcours engageants.

Doté d'une raison d'être forte, ***Making the World A Better Home***, et d'une vision claire d'être leader mondial de la construction durable, le groupe, qui emploie plus de 166 000 personnes dans 75 pays, a souhaité mieux mettre en valeur sa vision et ses engagements.

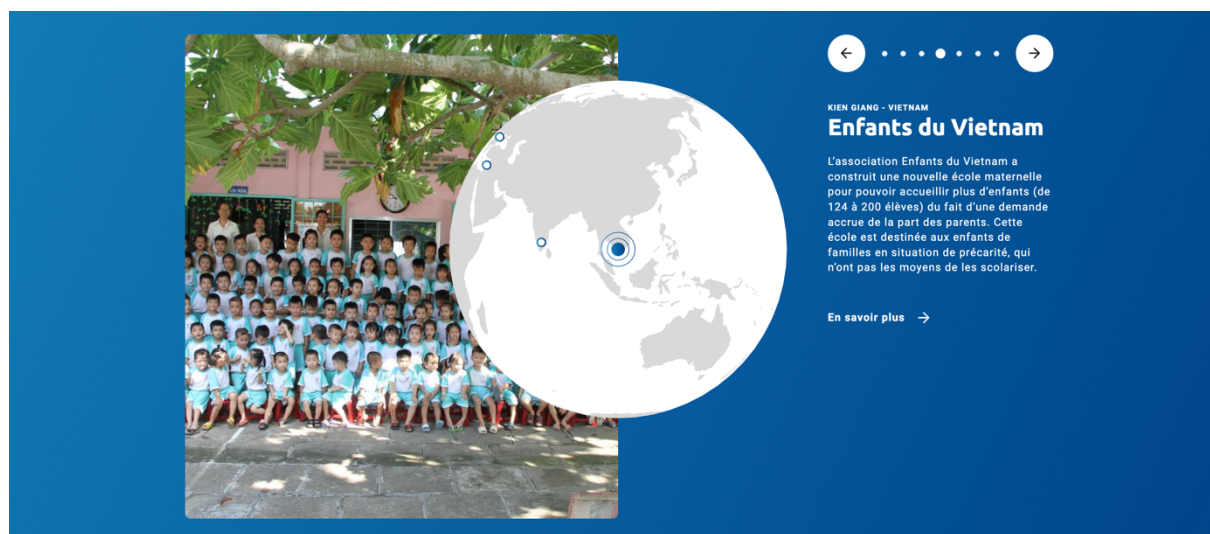


Une nouvelle identité graphique pour incarner une nouvelle raison d'être et un positionnement de leader sur la construction durable

Le nouveau site saint-gobain.com propose une expérience simplifiée et engageante qui s'adapte aux besoins et aux usages d'une cible corporate large (clients, fournisseurs, chercheurs, investisseurs...), mais aussi l'interne et le grand public. En effet, il met en avant la raison d'être du groupe, ses engagements, sa stratégie, ses solutions, et ses actualités à travers un magazine.

En étroite collaboration avec les équipes Saint-Gobain, Razorfish, l'agence digitale du Groupe Publicis, a déployé des formats innovants : des stories d'actualités, des podcasts, des vidéos, des points de vue, des infographies ou encore des dossiers thématiques pour approfondir des sujets de fond comme le développement durable. Cela permet d'accompagner et d'engager l'utilisateur en fonction de son niveau de connaissance à l'exploration du sujet.

Une nouvelle arborescence du site a été imaginée pour simplifier les parcours utilisateurs, en se concentrant sur les axes forts de communication du Groupe, en mettant notamment l'accent sur ses actualités et ses engagements concrets à l'international.



Un design system novateur a été conçu pour renforcer et harmoniser l'image de marque sur tout l'écosystème digital (site global et sites pays), mais également pour créer des parcours utilisateurs les plus fluides possibles, d'un site à l'autre.

Enfin, l'accessibilité a été un critère important dans ce projet de refonte, la conception du site s'est ainsi faite dans le respect des critères d'accessibilité numérique RGAA 4.1. Un effort particulier a été entrepris sur la fluidité de l'expérience et la lisibilité des contenus que ce soit en version mobile ou en desktop.

Le site .com est aujourd'hui disponible en version française et anglaise, ainsi que l'Intranet et dans les prochains mois la cinquantaine de sites pays seront également harmonisés.

Pour découvrir le site saint-gobain.com, c'est par ici : <https://www.saint-gobain.com/>

[A propos de Razorfish France](#)

Chez Razorfish, nous nous donnons pour mission de designer, construire et promouvoir des expériences digitales vertueuses pour les utilisateurs, pour les entreprises, et pour la société. Nous sommes 300 talents, à la croisée du marketing digital, du design, de la data et de la tech, tous dédiés à la conception d'expériences digitales innovantes et engagés au service de la transformation marketing de nos clients.

[A propos de Saint-Gobain](#)

Leader mondial de la construction durable, Saint-Gobain conçoit, produit et distribue des matériaux et services pour les marchés de l'habitat et de l'industrie. Développées dans une dynamique d'innovation permanente, ses solutions intégrées pour la rénovation des bâtiments publics et privés, la construction légère et la décarbonation du monde de la construction et de l'industrie apportent durabilité et performance. L'engagement du Groupe est guidé par sa raison d'être « MAKING THE WORLD A BETTER HOME ».