



Paris, 2 juillet 2024

Tucoenergie fête ses 15 ans et devient Tuco : l'occasion de repenser son image de marque

Tucoenergie vient de fêter ses 15 ans. 15 ans au service de la transition énergétique, pour la préservation de l'environnement et du pouvoir d'achat des Français. L'occasion pour l'entreprise de moderniser son image, afin qu'elle corresponde davantage à sa raison d'être et ses ambitions.

Un nom plus court, Tuco, un nouveau logo, de nouvelles couleurs, un slogan parlant. A l'occasion de ses 15 ans, Tucoenergie devient Tuco. Ce nom a été pensé dans l'idée d'un renforcement de la proximité avec le client, d'une certaine familiarité et confiance mutuelle, comme si Tucoenergie perdait son nom de famille, pour ne garder finalement que son prénom, signe qu'on le connaît, qu'il nous est familier.

Ce rapport de proximité est essentiel dans la construction de Tuco, car l'entreprise est véritablement pensée pour faciliter la transition énergétique, en la rendant simple et sûre pour les Français, majoritairement favorables à ce changement, mais frileux face aux acteurs du secteurs (88% pensent qu'il est difficile d'identifier une entreprise de confiance pour faire installer des panneaux solaires, selon l'enquête Odoxa x Tuco, mai 2024).

L'essence même de la solution de Tuco, Orée, un logiciel basé sur l'IA, met le digital au cœur de l'expérience du client, et répond à ce besoin de confiance et proximité, lui apportant une étude et des solutions personnalisées, accessibles, adaptées à ses besoins énergétiques réels. Celle-ci permet à Tuco d'être labellisée Greentech par le Ministère de la Transition écologique depuis 4 ans maintenant.

Ensuite, le slogan, "L'énergie vous appartient", traduit l'envie pour Tuco de donner le pouvoir aux foyers, de pousser chacun et chacune à l'action, de permettre aux particuliers de redevenir maîtres de leur consommation d'énergie, de leurs factures d'électricité, et de leur pouvoir d'achat. Il s'agit d'œuvrer pour eux, avec eux.

Le colibri, animal totem de l'entreprise, illustre le fait que chaque geste compte, aussi infime soit-il. Il incarne la résilience et l'adaptabilité face au changement climatique. Enfin, la couleur verte permet d'assumer clairement un engagement pour une énergie renouvelable, respectueuse de la planète.

"Cette nouvelle identité nous permet de nous affirmer dans un marché où les Français ont besoin d'être guidés. Tuco, c'est une marque qui se veut franche, empouvoirante et

pragmatique. Tuco, c'est l'artisan de proximité combiné à une expertise très pointue", Amélie Pean, directrice communication et marketing chez Tuco.

Contacts presse

Marie Spitéri - 06 79 46 15 43
marie.spiteri@gantzeragency.com

Léna Collinet - 06 33 32 79 56
[lena.collinet@gantzeragency.com](mailto:lana.collinet@gantzeragency.com)