



# shesha

**une nouvelle innovation sur le marché du gaz en  
bouteille**

**Contacts Presse**

Agence Profile PR  
Muriel Droin  
Tél : 01 56 26 72 00  
[mdroin@profilepr.fr](mailto:mdroin@profilepr.fr)

## Shesha, une innovation de Totalgaz

### Le marché du gaz en bouteille

Le marché du gaz en bouteille connaît une baisse structurelle de ses ventes, de l'ordre de 2 à 3 %<sup>①</sup> par an. En 2007, le marché a ainsi enregistré une baisse de 2,3 %<sup>①</sup> des volumes. Pour autant, le nombre de consignation est en progression constante (+2 % en moyenne pour un marché estimé à 500 000<sup>①</sup> nouvelles consignes par an). Le gaz en bouteille reste une énergie attractive : en 2007, 45 millions<sup>②</sup> de charges de gaz ont été vendues en France. 10 millions<sup>①</sup> de foyers utilisent le gaz en bouteille avec une consommation moyenne de 4 bouteilles par an<sup>③</sup>.

Le butane répond à quatre modes d'utilisation :

- la cuisson,
- le chauffage,
- la production d'eau chaude,
- les loisirs et le plein air.

Avec 20 % de part de marché, 102 000 tonnes de gaz en bouteille vendues en 2007 et 150 000 nouvelles consignations par an, Totalgaz est un acteur de premier rang sur ce marché.

### SHESHA, une des innovations 2009 de Totalgaz

Dans un contexte fortement concurrentiel, innover devient une nécessité pour toutes les sociétés qui souhaitent faire la différence et assurer la pérennité de leur activité. Le lancement de cette nouvelle bouteille de butane s'inscrit parfaitement dans cette démarche. Innovante, esthétique, pratique et écologique, Shesha devrait permettre à l'entreprise d'atteindre de nouvelles cibles et d'accroître son développement.

Shesha est un produit de conquête particulièrement adapté aux jeunes couples qui s'installent en location et aux femmes qui sont de plus en plus nombreuses à venir chercher leurs bouteilles en station.

### Plus de deux ans de recherche et développement pour une bouteille unique sur le marché

Innover et transmettre les valeurs de la marque pour passer du statut de vendeur de gaz à celui de fournisseur de services.

Totalgaz a fait le choix de réaliser une bouteille entièrement nouvelle et a souhaité revaloriser le produit « bouteille de gaz » pour des consommateurs de plus en plus sensibles à l'esthétisme, à la facilité et à la simplicité. Les équipes marketing et techniques de Totalgaz ont donc imaginé Shesha et son mode de communication, afin de renforcer les propriétés intrinsèques de ce produit, synonyme de chaleur et d'énergie.

Shesha incarne les valeurs de la marque : faciliter la vie des clients et redonner du plaisir à l'achat de l'énergie sans oublier la sécurité et le respect de l'environnement.

### Une bouteille vraiment différente ?

Totalgaz a non seulement écouté mais s'est également mis à la place des consommateurs et s'est entouré d'experts : bureaux d'études, designer pour participer à cette aventure. En interne, toutes les forces ont été mobilisées. Au final, c'est un véritable projet d'entreprise qui a donné naissance à une bouteille unique : Shesha.

## Les atouts de Shesha

### **De l'acier ultra léger qui rassure**

Les matériaux composites sont présents dans tous les secteurs d'activités, et certains concurrents ont utilisé ces matériaux dans la fabrication de leurs bouteilles.

Totalgaz a choisi de conserver une enveloppe en acier haute résistance qui permet d'alléger la bouteille, matériau sûr qui résiste au temps et aux chocs. Les consommateurs le plébiscitent d'ailleurs pour sa résistance.

Sécurité et légèreté car Shesha ne pèse que 17,2 kg. (7,2 kg vide, et 10 kg de gaz)

### **Un design inédit et compact**

Pour attirer le client au premier coup d'œil, Shesha est enveloppée d'un casing agréable au touché, fabriqué en polyéthylène HD. Le polyéthylène HD et ses additifs ont été sélectionnés après une multitude de tests en laboratoire : tests de vieillissement, résistance aux chocs à basse et haute température, tests de combustion, etc. Le cabinet Dièdre Design a choisit la couleur orange, dynamique et contemporaine. Sa forme en ogive lui confère une allure moderne.

### **Une bouteille « liberté »**

La bouteille comporte deux poignées, sur le dessus pour une prise en main instantanée rendant sa manipulation plus aisée. Pratique, la poignée de confort amovible : une fois clipsée, elle permet de déplacer la bouteille sans la soulever. Deux petites roulettes placées sous la bouteille permettent de la rouler sans effort.

### **Une technologie à la pointe**

Une puce RFID (Identification par radio fréquence) est intégrée à chaque bouteille pour apporter à Totalgaz la traçabilité de chaque bouteille.

Totalgaz et ses partenaires ont réussi à mettre au point, pour la première fois dans le domaine du gaz, la technologie UHF (Ultra Haute Fréquence). Cette technologie permet de reconnaître une bouteille de gaz à 2 m de distance.

Un gage de sécurité en cas de problème décelé sur un lot.

### **Sécurité avant tout**

La sécurité est depuis toujours au cœur des préoccupations de Totalgaz. Shesha est équipée d'un véritable pare-choc en polymère qui entoure la partie inférieure de la bouteille. La valve est équipée d'une soupape de sécurité et d'un limiteur de débit.

Les principaux challenges de cette conception ont été :

- d'intégrer les roulettes dans le casing,
- de permettre un contrôle périodique du récipient sous pression conformément à l'ADR (réglementation sur le transport routier européen) grâce au casing démontable de manière industrielle.

Le prototype Shesha a subi des crashs tests afin de valider sa conception et de s'assurer que la bouteille satisfaisait pleinement toutes les nouvelles normes européennes des bouteilles de gaz.

Shesha peut ainsi supporter une chute de plus trois mètres sans présenter la moindre fuite. Elle est certifiée par l'organisme européen de référence spécialisé dans les appareils à pression (TÜV) selon la norme EN14140.

### **Eco-conception**

Shesha a été conçue dans un souci de protection de l'environnement : les matériaux utilisés (Casing et acier) sont 100% recyclables. De plus, la bouteille est entièrement fabriquée en France, générant ainsi moins de pollution liée au transport notamment.

### **Deux brevets déposés**

- La poignée de confort amovible avec son système de clip ;
- La solution de démontage rapide du casing qui permet de démonter la bouteille pour contrôler son état en moins de 10 secondes.

### **Des services associés**

Shesha est la première bouteille de gaz vendue « prête à l'emploi » avec

- le pack de connexion (poignée de confort, détendeur Quick on et tuyau souple d'une validité de 5 ans)  
Exclusivités :
- la garantie à vie de remboursement de la consigne : elle sera récupérable même en cas de perte du document remis, sur simple enregistrement sur le site consignation [www.totalgaz.fr](http://www.totalgaz.fr). Les nouveaux clients recevront également lors de leur premier achat une enveloppe T leur permettant également de bénéficier de ce service.
- l'assistance dépannage gratuite pour les appareils de cuisson dès le printemps.
- Totalgaz fournit le tuyau souple de raccordement afin de garantir l'utilisation d'un matériel agréé respectant les normes officielles.

### **Prix de vente conseillé du pack**

Prix public conseillé de la consignation : 18 euros TTC

Prix de vente conseillé de la charge de gaz butane : 23,90 euros TTC

### **Réseau de distribution**

La nouvelle bouteille de gaz sera commercialisée dans un premier temps dans 1800 stations services TOTAL et Elf. Une seconde phase d'implantation viendra étendre ce réseau.

## La genèse de SHESHA

### Comment créer et commercialiser une bouteille inédite sur le marché ?

#### Des tests consommateurs à l'origine du projet

2006 : Totalgaz décide de lancer une nouvelle bouteille de 10 Kg. La première étape a consisté pour les équipes marketing de Totalgaz à se mettre à la place des consommateurs. Plusieurs études qualitatives ont ainsi été menées par l'agence Polygone auprès d'un échantillon de consommateurs de bouteilles de gaz, représentatif de la population française.

Objectifs : mieux connaître leurs attentes, mais également tester des premières pistes de développement. Les résultats ont mis en exergue les principales attentes des consommateurs :

- Une bouteille plus légère,
- Une bouteille plus facile à manier,
- Une bouteille plus « propre » et plus esthétique.

#### Un projet transverse pour une bouteille dernière génération

Une cellule de R&D de trois ingénieurs a été mise en place pendant toute la durée du projet Shesha. L'intégralité des départements de Totalgaz et de sa filiale Stodis ont été sollicités tout au long du projet, de même que certains départements de Total : technique et réseaux, marketing, développement et communication, logistique, achats, juridique ...

**Etape 1 « Conception »** : A partir d'un cahier des charges fonctionnel intégrant les attentes des clients, les contraintes réglementaires, sécuritaires, écologiques, mais également celles liées à l'exploitation, à la durabilité et aux enjeux économiques, la société IDESTYLE TECHNOLOGIES a conçu informatiquement en 3D le casing. La validation du design a été réalisée à partir de maquettes, qui ont été soumises à l'avis des clients.

#### **Etape 2 « Prototypages »:**

La réalisation des prototypes du casing par NIEF PLASTIC a permis de vérifier que la conception virtuelle correspondait bien aux attentes de Totalgaz notamment dans le domaine des crash tests, de la logistique spécifique aux bouteilles de gaz et aux possibilités d'être exploités dans le centre emplisseur de Marignane.

Les prototypes du récipient sous pression ont été réalisés par GLI Schneider (nouvel acier Haute Résistance et nouvelle forme).

#### **Etape 3 « Mises en fabrication »:**

SATS (56) a réalisé les casiers palettes nécessaires au transport de Shesha

SUDCO (84) a réalisé les présentoirs imaginés par Dièdre Design spécifiques à Shesha

Favex (75) fournit la valve spécialement développée pour Shesha.

NIEF PLASTIC fabrique à Saint Dié à l'aide de 7 presses d'injections (jusqu'à 1300 Tonnes) le casing et la poignée amovible.

GLI Schneider a dû construire de nouveaux bâtiments et modifier son outil industriel pour pouvoir emboutir et souder ce nouvel acier HR et assembler les bouteilles Shesha sur son site de Bischwiller (67).

**Etape 4 « Déploiement »** : Une fois assemblée, Shesha est acheminée sur le Site STOGAZ de Marignane pour être remplie. Une fois remplie Shesha est dispatchée vers les clients.

**Etape 5 « Marketing et commercialisation »** :

#### La politique commerciale

Dièdre Design est également intervenu sur la partie merchandising, en participant au lifting des présentoirs. Deux formats de présentoirs au design moderne et innovant ont été conçus spécifiquement, dont un modèle semi-automatique, développé pour les stations Elf. Pour se différencier encore plus de la concurrence, une bouteille factice a été installée au dessus du présentoir. Totalgaz a également repensé ses présentoirs existants, avec la création de nouveaux « chapeaux ». Les casiers seront déclinés en plusieurs versions selon l'espace disponible en station : casier de 4, 6, 8, 10 ou 20 bouteilles.

Un kit de communication, véritable outil de formation, a été distribué aux commerciaux pour une meilleure connaissance des caractéristiques et des avantages de la nouvelle bouteille, afin de pouvoir former et accompagner les revendeurs lors de sa commercialisation.

Shesha n'a pas vocation à se substituer aux autres bouteilles. Elle permet de rester sur des applications standard du gaz butane, essentiellement orientées vers la cuisson domestique.

Pour rappel la gamme comprend :

Bouteille Butane 13 kg pour chauffer et cuisiner,

Bouteille Propane 13 kg pour cuisiner et jardiner ou bricoler,

Propane 35 kg pour un usage intensif et professionnel (restaurants, ...),

Malice butane réservée à un usage occasionnel.

#### Etape 6 « Communication »

Pour faire connaître les atouts de Shesha au grand public, une vaste campagne de communication a été mise en place. Tout d'abord une campagne d'affichage dans les stations TOTAL et Elf. Créée par MRM Worlwide, elle met en scène un personnage jeune et fluette avec un ton humoristique et décalé : « plus besoin de muscles pour changer sa bouteille de gaz ».

Côté médias, c'est la presse magazine féminine et décoration ainsi que le web qui ont été retenus. L'agence CLM BBDO a traduit dans l'annonce la simplicité, en mettant en scène un utilisateur qui se complique la vie pour installer sa bouteille chez lui. La signature, « Shesha, c'est si simple », renforce ce positionnement.

La campagne d'annonce presse démarre le 16 mars.

#### Quelques chiffres

37 matériaux testés

500 tests réalisés

1 dépôt de marque

1 dépôt de modèle

2 brevets

700 tests

6 mois d'études d'avant projet

2 ans et demi de projet jusqu'au déploiement

7,2 kg vide, 52 cm de haut, 30 cm de côté

## A propos de TOTALGAZ

Filiale du groupe TOTAL, Totalgaz commercialise, depuis plus de 40 ans, des GPL (gaz de pétrole liquéfié) sous forme de butane et de propane. Ce GPL se présente soit en emballages conditionnés sous la forme de bouteilles de gaz, soit en « vrac » dans des citernes chez des particuliers ou des professionnels. La société fournit également du GPL carburant pour les utilisateurs de véhicules GPL.

Fort de l'expertise du groupe TOTAL, Totalgaz est un acteur de premier rang en termes d'innovation, mais également grâce à son circuit de distribution, et son engagement en faveur de l'environnement.

### Distribution et points de vente

Opérateur agréé par le Ministère de l'Industrie dans la distribution de gaz en réseau, Totalgaz s'appuie sur ses propres dépôts, pour distribuer le GPL en « vrac » ou en bouteille. Cette position de producteur-distributeur permet à Totalgaz de maîtriser l'ensemble du processus de distribution : stockage intermédiaire pour assurer la distribution en « vrac », centres emplisseurs de bouteilles. Il s'appuie sur un réseau de 4 000 installateurs chauffagistes et sur sa filiale Stodis qui distribue le gaz en bouteille dans les 20 000 points de vente de Totalgaz en France.

### La marque Totalgaz en France

**DG :** Pierre-Yves Loiseau

**Salariés :** 700 (dont 150 salariés pour sa filiale Stodis)

**Chiffre d'affaires :** 1 200 millions d'Euros (2007)

Avec plus de 165 000 clients particuliers (citernes), plus de 40 000 clients conditionnés sous contrat (bouteilles de gaz), plus de 35 000 clients professionnels (citernes), ce sont plus de 230 000 clients sous contrat qui font aujourd'hui confiance à l'expertise de Totalgaz.

Le carburant GPL premier distribué dans 600 stations du réseau TOTAL, permet à près de 220 000 automobilistes de rouler au GPL.