



Nouvelle identité et acquisition stratégique : Butard Enescot affirme son ambition

En 2025, Butard Enescot se réinvente avec une nouvelle identité visuelle et l'intégration de Food Comedy. La société affirme ainsi son ambition et son engagement dans son secteur.

Depuis 1997, le logo de la maison a toujours porté la fleur d'hibiscus, symbole de continuité et de tradition. En choisissant ce nouveau territoire graphique, Butard Enescot choisit de marquer une rupture forte. L'année 1933 présente sur le logo est une référence à l'année de la création de Butard "Père et fils" laissée comme héritage d'une riche histoire familiale. La signature "Instants poétiques" traduit la promesse de créer des souvenirs inoubliables pour ses clients.

Ce changement d'identité va bien au-delà d'un logo : il incarne une nouvelle image. Là où l'entreprise s'inscrivait dans un registre classique et conventionnel, elle affirme désormais une personnalité audacieuse, inspirée par l'univers surréaliste tout en voulant conserver son image de traiteur haut de gamme.

Une nouvelle ADN inspirée par l'univers surréaliste, avec des iconographies comme la poire à moitié œuf ou encore le poivrier aux pétales de fleurs souvent accompagnées de citations poétiques portées par les voix de Madeleine Enescot et Honoré Butard. Deux voix sans visage qui sont apparus pour appuyer verbalement le nouveau ton "lyrique" des discours. Elles permettent de faire parler la marque, de créer du lien avec les temps forts de l'année et d'ancrer son histoire dans un récit cohérent.

Un nouveau positionnement à la fois ancrée dans la tradition et tournée vers l'émerveillement. L'entreprise familial n'a pas juste acquis un nouveau logo, ils ont acquis une nouvelle façon de raconter qui ils sont. L'annonce de ce changement s'est déroulé en interne lors d'un team building il a fallu attendre quelques semaines pour que celle-ci soit faite sur les réseaux sociaux.

Dans le même élan, le groupe annonce l'acquisition de Food Comedy, un acteur reconnu du secteur, spécialisé dans des événements plus décontractés et créatifs, à l'esprit ludique et original. Celle-ci détient également sa propre marque de pop-corn et ses animations barista avec latte art, de quoi apporter une touche de convivialité et de modernité complémentaire à leur savoir-faire. Cette intégration consolide le positionnement du groupe et installe de nouvelles perspectives de développement : une offre plus large pour renforcer son rôle de référence dans l'art de recevoir.

En conjuguant rebranding et croissance externe, la société confirme son dynamisme et trace une nouvelle trajectoire pour les années à venir.



Iconographie de la Poire à moitié œuf



Iconographie du poivrier
aux pétales de fleurs



Photo de la nouvelle direction artistique
par @MaryDevinat

« Recevoir, c'est orchestrer un chaos où
chacun apporte à l'harmonie. »



Butard Enescot s'engage pour Octobre Rose aux côtés de l'Institut Rafaël

Le créateur de réception organise la deuxième édition de la soirée Octobre Rose au profit de l'Institut Rafaël, afin de soutenir la lutte contre le cancer.

Le 30 septembre prochain, Butard Enescot organise la deuxième édition de sa soirée caritative Octobre Rose à l'Hôtel Le Marois, au profit de l'Institut Rafaël, centre de médecine intégrative dédié aux patients atteints de cancer.

Après une première édition réussie en 2024, la maison de réception renouvelle son engagement en faveur de la lutte contre le cancer. Une tombola solidaire sera organisée grâce aux dons des partenaires de Butard Enescot : l'intégralité des fonds récoltés sera reversée à l'Institut Rafaël.

Ce partenariat est né d'une rencontre entre Dominique Paul, Directeur Général du groupe Butard, et le Docteur Alain Toledano, co-fondateur de l'Institut Rafaël.

"L'Institut Rafaël nous rappelle que soigner ne se limite pas à traiter une maladie, mais à entourer une personne et ceux qui l'aiment, avec science, humanité et espoir." Dominique Paul.

L'Institut Rafaël est le premier centre européen de médecine intégrative. Il accompagne gratuitement les patients et leurs proches à travers un parcours de soins alliant médecine conventionnelle, nutrition, activité physique, accompagnement émotionnel, thérapies complémentaires et bien-être global. Pour cette soirée, près de 300 invités sont attendus : clients, partenaires et membres de l'Institut Rafaël.

Une création sucrée engagée

Pour marquer ce mois d'Octobre Rose, le Chef pâtissier Philippe Caccavelli et ses équipes ont imaginé une création inédite : une madeleine trompe-l'œil en hommage à Madeleine Enescot, personnage fictif imaginé dans le cadre de la nouvelle identité graphique de la maison.

Derrière cette madeleine se cache un entremets délicat : biscuit madeleine, crème vanille, confit vanille-grenade-hibiscus, croustillant amande, glaçage dulce. Les bénéfices de sa vente seront reversés à l'Institut Rafaël.



Photo de @MaryDevinat



Photo de @MaryDevinat

