2
MARS
2015
CLICHY

GEODIS

# communiqué de presse

## GEODIS AFFIRME SON IDENTITÉ ET OPTE POUR UNE MARQUE UNIQUE AU SERVICE DE SES CLIENTS

**GEODIS réunit ses activités sous une marque unique et réaffirme ainsi sa position de leader du Transport et de la Logistique. Les différentes marques commerciales actives du Groupe (Geodis Calberson, Geodis Wilson, Geodis BM, Geodis Logistique, Geodis Supply Chain Optimization) sont désormais intégrées sous une marque unique : GEODIS. La nouvelle identité de marque sera au cœur d'une campagne publicitaire diffusée dans cinq pays à partir du 2 mars 2015.**

Le Groupe réaffirme ainsi sa capacité à proposer une offre globale de bout en bout de la supply chain à ses clients dans 120 pays, à travers ses cinq métiers : Supply Chain Optimization, Freight Forwarding, Logistique Contractuelle, Distribution & Express et Road Transport.

Cette marque unique GEODIS s'appuie notamment sur une nouvelle signature qui s'adresse directement aux clients et porte une promesse de performance et de croissance : « *We logistic your growth* ». Cette signature exprime la mission de GEODIS : aider ses clients à réussir en maîtrisant leurs contraintes logistiques.

Marie-Christine Lombard, Présidente du Directoire de GEODIS, déclare : « *Nous faisons évoluer notre marque pour réaffirmer ce que nous sommes. Cette nouvelle architecture de marque a d'abord été pensée pour nos clients. Elle répond à leurs besoins de simplicité, d'efficacité et de cohérence à travers une seule marque qui porte une même promesse pour l'ensemble de nos métiers.* »

La nouvelle identité visuelle, qui comprend un logo modernisé, met en scène une ligne, véritable fil d'Ariane qui retrace la cohérence et la continuité des offres et des services proposés par GEODIS.

Cette nouvelle architecture de marque sera déployée à partir du mois de mars et tout au long de l'année 2015 sur l'ensemble des bâtiments, véhicules, vêtements de travail et supports de communication du Groupe.

Pour donner vie à cette marque unique, une campagne publicitaire (presse économique, télévision, web et affichage aéroports) est lancée début mars en France puis en Allemagne, en Pologne, en Chine et aux USA en 2015 et 2016.