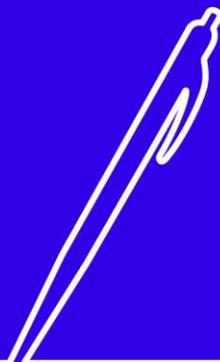


Dossier de Presse



GEODIS AFFIRME SON IDENTITE ET OPTÉ POUR UNE
MARQUE UNIQUE AU SERVICE DE SES CLIENTS

24 Mars 2015

GEODIS AFFIRME SON IDENTITE ET OPTÉ POUR UNE MARQUE UNIQUE AU SERVICE DE SES CLIENTS

Communiqué de presse	3
Résultats 2014	4
2014 : faits marquants	5
Une marque unique au service des clients	7
La campagne de publicité	8
Nouvelle identité visuelle, nouvelle signature.	10
Chiffres clés	11
Les dates clés du groupe GEODIS	12

CONTACT PRESSE

Pascale Barillot

Directeur de la communication

Tél. : +33 (0)1 56 76 72 36

pascale.barillot@GEODIS.com



<https://twitter.com/GeodisGroup>



<https://fr.linkedin.com/company/geodis>



<https://www.youtube.com/user/GeodisCorporate>



Communiqué de presse

GEODIS AFFIRME SON IDENTITE 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 est 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.

« En 2015, le Groupe SNCF se réorganise fortement. La démarche entreprise par Geodis correspond pleinement à la politique du Groupe : renforcer l'approche client, se développer à l'international et proposer des solutions de bout en bout » déclare Alain Picard - Directeur général de SNCF Logistics - Président du Conseil de Surveillance de GEODIS.

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 surmontant 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. Elle s'adresse aussi à l'ensemble de nos collaborateurs et les aidera à se sentir plus unis, plus forts et plus fiers. »*

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 est 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.

Résultats 2014

Evolution du chiffre d'affaires (à taux de change 2013)

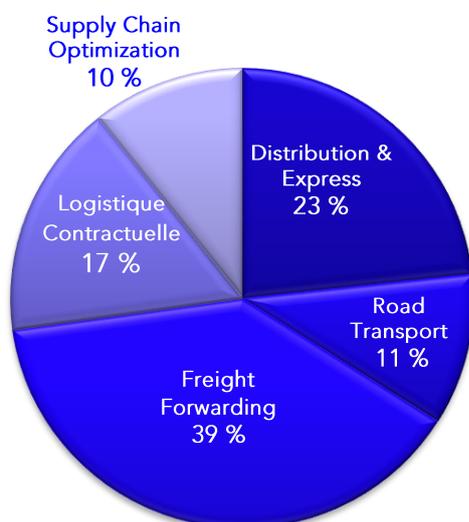
A taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires est en croissance sur les 5 derniers trimestres.



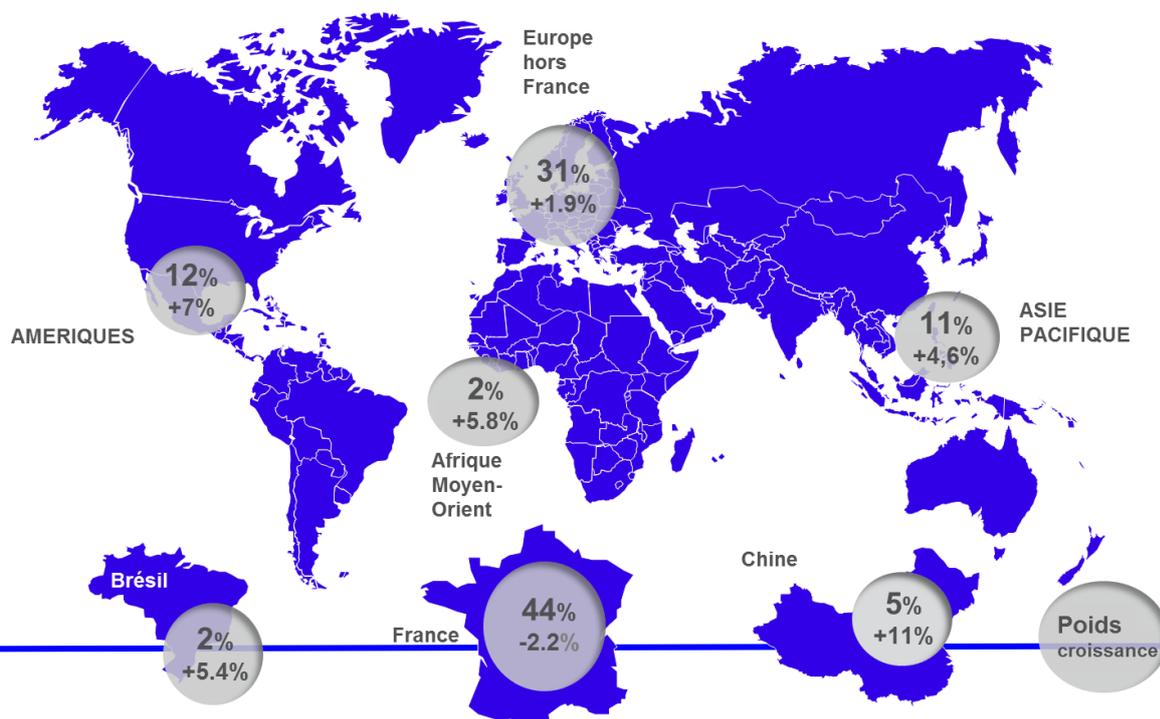
* CA 2013 à périmètre 2014

** CA 2014 à taux de change 2014 : 6 793.8 M€

Répartition du chiffre d'affaires par métier (YTD 2014)



Répartition du chiffre d'affaires par zone géographique



2014 : faits marquants

Janvier

Lancement de Geodriver et Copilote par le métier Distribution & Express, déployés tout au long de l'année 2014. Le premier est un logiciel de base de données couplé au TMS et regroupant les informations sur les destinataires. Le second est un « PDA conducteur » qui intègre le GPS, l'ordonnancement des tournées, les instructions au chargement et à la livraison et l'émargement des destinataires.

Mars

Le Groupe annonce que le Ministère de la Défense français lui confirme sa confiance avec un nouveau contrat. GEODIS assure ainsi les transports par route de matériels techniques spécifiques dont le poids est inférieur à 30 kg ou supérieur à 1 tonne entre l'ensemble des dépôts et sites d'entreposage du ministère de la Défense et les 60 bases de défense situées en France métropolitaine ainsi qu'en Allemagne. Ce nouveau contrat complète ceux remportés en 2013 par GEODIS pour les transports internationaux de marchandises par voies aériennes et maritimes et pour les transports express en France.

Avril

Marie-Christine Lombard, présidente du Directoire de GEODIS inaugure le 1er avril, SITL Europe 2014, le salon international du transport et de la logistique aux côtés d'Alexey Tsydenov, vice-ministre russe du transport. La présence de GEODIS sur ce salon a été l'occasion pour le Groupe de présenter sa nouvelle offre globale ainsi que les savoir-faire spécifiques de ses métiers présents à toutes les étapes de la supply chain.

Mai

Cession de Ciblex à Eurotranspharma, spécialiste de la distribution de produits pharmaceutiques, qui conserve le réseau d'agences et la marque Ciblex pour traiter les envois des clients. Cet accord garantit la préservation du réseau de Ciblex ainsi que les emplois.

Mai

MMD Monitors & Displays, fabricant mondial des moniteurs de marque Philips, et AOC International ont choisi GEODIS comme partenaire au Benelux, chargé de l'ensemble des services de logistique et de distribution de leurs moniteurs et écrans dans toute la zone EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique). Pour réaliser cette prestation, GEODIS met à la disposition de ce client une plateforme dédiée de 11 000 m² au cœur de son campus logistique situé à Venlo au Pays Bas.

Juin

GEODIS reçoit le prix du meilleur « Air Freight Forwarder » de l'année 2014 lors de la cérémonie des World Air Cargo Awards à Shanghaï, le 18 juin 2014.

Juillet

Renouvellement pour 5 ans du partenariat historique (1999) avec Saica, leader européen de l'industrie papetière. Ce contrat concerne le transport routier dans toute l'Europe de rouleaux de papier et de papier recyclé. GEODIS assure 60 % des transports par la route du Groupe Saica.

Juillet

GEODIS réorganise ses activités en Italie en se recentrant sur le Freight Forwarding, la Logistique Contractuelle et la Route en cédant Züst Ambrosetti.

Juillet

GEODIS remporte un nouveau contrat de Flow Management en Europe pour un leader de l'industrie de produits cosmétiques et de soin grand public. A partir d'une Tour de Contrôle basée en Hongrie, GEODIS pilote 40 000 expéditions par an avec plus de 100 prestataires.

Septembre

GEODIS inaugure sa nouvelle agence de Distribution & Express à Ville-en-Vermois, près de Nancy. La nouvelle agence, plus grande, plus moderne et bâtie dans une démarche environnementale, permet de tripler la surface d'exploitation en passant de 4 500 à 12 000 m². Plus de 13 000 colis sont traités quotidiennement, des pièces agricoles aux produits pharmaceutiques.

Octobre

Près de 100 000 clients de GEODIS ont été sollicités en juin pour répondre à la première enquête de satisfaction menée auprès de l'ensemble des clients du Groupe. Résultat : 86% se sont déclarés satisfaits. Afin d'inciter ses clients à répondre à cette enquête, GEODIS s'engage à reverser 1 € à l'association Handicap International pour chaque questionnaire complété. Les fonds collectés servent à financer des programmes d'insertion économique, professionnelle et scolaire pour des personnes handicapées.

Novembre

En complément de ses plateformes dédiées à l'industrie du Gaz et du Pétrole à Houston et Vitrolles, GEODIS ouvre, pour son métier Freight Forwarding, une nouvelle plateforme à Singapour. Deux autres ouvriront leurs portes à Anvers et Dubaï en 2015. Le Groupe souhaite ainsi augmenter ses volumes de transport de 50% en un an dans ce secteur.

Décembre

En décembre 2014, le métier Freight Forwarding remporte de nombreux succès pour son activité Projets Industriels. En particulier, il achève en décembre 2014, le transport record de 16 portes d'écluses pour le nouveau canal de Panama. Un défi rarement rencontré dans le monde du transport intercontinental puisque ces portes, de 4 000 tonnes chacune ont été fabriquées en Italie. Transportées par barge jusqu'au port de Trieste, elles étaient ensuite chargées par lot de 4 sur un navire semi submersible de 180 mètres de long et acheminées jusque de l'autre côté de l'Atlantique.

Une marque unique au service des clients

Les clients recherchent simplicité et efficacité : c'est ce que leur apporte la nouvelle architecture de marque GEODIS.

Une marque unique, premier pilier d'une stratégie d'entreprise tournée vers ses clients

Le projet d'entreprise *Ambition 2018* constitue la feuille de route du groupe GEODIS à moyen terme. Il exprime **la mission de l'entreprise** - *aider ses clients à réussir en surmontant leurs contraintes logistiques* -, **sa vision** – *être le partenaire de croissance de ses clients* – et **ses valeurs** - *l'engagement, la passion, la solidarité, la confiance et l'innovation*.

La marque GEODIS évolue aujourd'hui pour mieux traduire cette identité et affirmer davantage encore sa différence auprès de ses clients et de ses prospects.

Plus simple, plus efficace, plus clair

L'univers de marque du Groupe reposait sur plus de 100 marques déposées dont 40 étaient actives commercialement. Cette réalité était davantage le fruit d'une histoire que l'expression d'une stratégie de marque pensée pour les clients.

Parce que GEODIS a à cœur d'être à l'écoute de ses clients, l'entreprise leur a d'abord donné la parole avant de commencer toute réflexion sur la nouvelle marque. Les clients interrogés ont fait part d'un même besoin de simplicité et de clarté dans l'expression des offres de GEODIS. Ils ont également souhaité que GEODIS simplifie son portefeuille de marques considéré comme trop complexe.

Afin de répondre à ces besoins, GEODIS a décidé de mettre en place une marque unique rassemblant l'ensemble de ses activités.

« Le choix d'une marque GEODIS unique s'inscrit pleinement dans notre projet d'entreprise Ambition 2018 : plus simple, plus forte, plus visible notre nouvelle architecture de marque répond aux besoins de nos clients et de nos prospects. En réaffirmant notre identité et nos valeurs, elle nous donne les moyens d'être plus forts ensemble et de faire la différence sur un marché toujours plus concurrentiel. »

— Marie-Christine Lombard, Présidente du Directoire

Dans les coulisses de la marque unique

L'élaboration a été conduite en deux temps. Une phase de réflexion et de création de septembre 2013 à juin 2014 s'est articulée autour de la réalisation d'études et d'analyses sur l'état du portefeuille de marques. Pour cela ont été croisées une étude notoriété de la marque GEODIS et de ses marques filles réalisée par Ipsos avec des interviews clients. Ensuite, un travail de création et de développement d'une nouvelle architecture de marque réalisée avec les agences Landor en amont pour le « look and feel » et Young&Rubicam, en aval, pour la déclinaison publicitaire.

Nouvelle identité visuelle, nouvelle signature

Créé par Landor, agence internationale spécialisée dans le design de marques, la nouvelle identité visuelle de GEODIS se décline sous la forme d'un logotype modernisé, d'une signature réinventée et d'une ligne qui symbolise l'unité et la continuité des offres de GEODIS.

Le logotype

Proche de l'existant, ce logo est le symbole de la transition d'un groupe qui évolue sans rien oublier de ses valeurs. Le trait est plus franc, plus net, le design plus limpide pour illustrer le nouveau GEODIS. Les clients, les collaborateurs, les partenaires de GEODIS sont placés au centre du logo et sa couleur bleu, profonde et pure, unique et exclusive, revendique clairement sa différence dans le champ concurrentiel.

Simple et élégante, la typographie Avenir contribue en outre à asseoir le sérieux et la rigueur de la marque, tout en rappelant sa filiation avec SNCF qui l'utilise également.

La nouvelle signature : « We logistic your growth »

GEODIS a fait le choix d'une promesse entièrement tournée vers la performance de ses clients. Cette signature traduit l'idée que les solutions de transport et de logistique de GEODIS, combinées ensemble, contribuent à la croissance de ses clients. En peu de mots, cette signature exprime à la fois l'engagement et la vision de GEODIS : être le partenaire de croissance de ses clients.

La ligne

Ludique et pleine de sens, cette ligne reflète la nouvelle identité de GEODIS et en est un élément fondamental. Agile et structurante, elle fait le lien entre la production et le client final. Elle exprime la solidité, la continuité, la simplicité et la fluidité des solutions de transport et de logistique GEODIS.

La campagne de publicité

■ *Le concept de l'engrenage vertueux au cœur de la campagne*

Le concept de la campagne

Pour exprimer sa vision « être le partenaire croissance de ses clients » GEODIS a choisi la métaphore, celle d'un engrenage vertueux, que la chaîne logistique et ses moyens de transport actionnent pour faire croître une entreprise.

Bien huilée, cette machinerie complexe se révèle être composée, entre autres, de convoyeurs de colis, de chariots élévateurs dans nos entrepôts, de camions, de trains, de bateaux et d'avions orchestrés par une *Tour de contrôle (Control Tower)*. Toutes ces actions parfaitement coordonnées par les équipes GEODIS font émerger une petite entreprise qui devient grande, à l'échelle de ce building que l'on découvre en fin de film, juste avant notre nouvelle signature : *We logistic your growth*.

« Le lancement de cette campagne publicitaire marque le point de départ du déploiement de notre marque unique, un levier puissant qui contribuera à mieux nous identifier sur nos marchés et à rendre notre offre plus lisible pour nos clients. »

— *Marie-Christine Lombard, Présidente du Directoire*

La musique

La musique du film est volontairement rythmée et pleine de bonne humeur. C'est en 1959 que Solomon Burke (1940-2010), chanteur américain de gospel et de rhythm'n' blues, surnommé « The King of Rock 'n' Soul » a sorti « It's all right ».

La réalisation

En collaboration avec l'agence Young & Rubicam, la réalisation de ce film, confiée à Edouard Salier, réalisateur de courts-métrages, de clips vidéo et de publicités, a nécessité un tournage en studio et un travail de post-production en 3D afin de reconstituer le ballet des différents moyens de transport.

Le plan média

Pour toucher un large public de décideurs en entreprise, GEODIS a privilégié les chaînes TV d'information et la presse économique et business. Pour optimiser l'impact de la campagne, les diffusions hors de France ont été planifiées en fonction des temps forts de GEODIS dans chaque pays concerné.

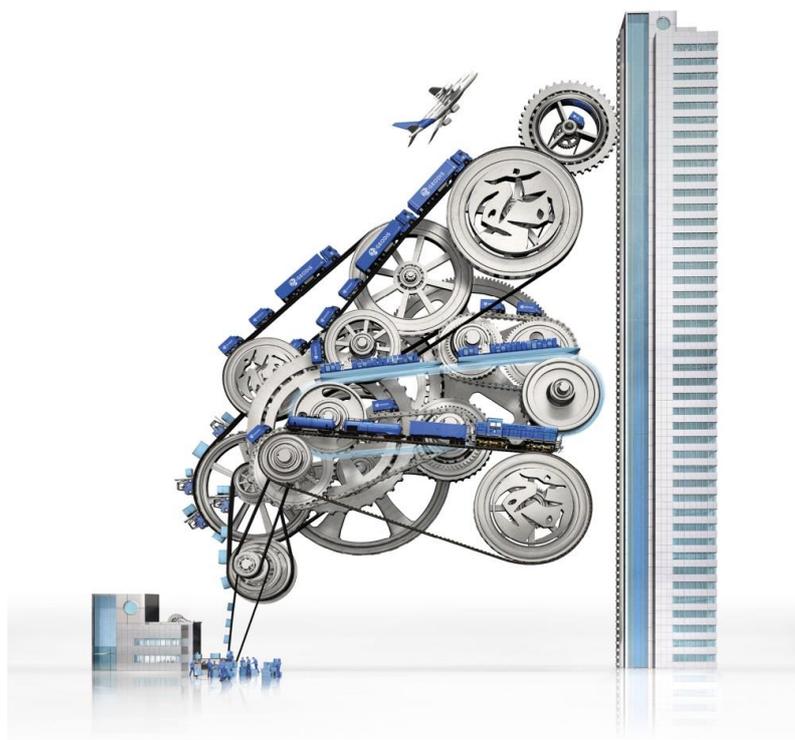
Plan de déploiement

À partir de mars 2015 : lancement progressif de la campagne publicitaire et *roadshow* de Marie Christine Lombard, Présidente du Directoire de GEODIS, auprès des clients, partenaires et collaborateurs.

Diffusion de la campagne publicitaire

- *France – TV, presse & digital* Mars – Juin / Septembre – Octobre 2015
- *Allemagne – TV, presse & digital* Mai – Juillet / Septembre – Octobre 2015
- *Allemagne – Affichage* Mai 2015
- *Pologne – TV, presse & digital* Septembre – Octobre 2015
- *Chine – presse, digital & affichage* Septembre – Octobre 2015
- *USA – presse, digital & affichage* 2016

Visuel de la publicité print



**C'EST PARCE QUE NOUS MAÎTRISONS CHAQUE ROUAGE DE LA LOGISTIQUE
QUE NOUS SOMMES LE PARTENAIRE DE CROISSANCE DE NOS CLIENTS.**
Geodis, spécialiste du Transport et de la Logistique, présent dans 67 pays avec 31 000 collaborateurs,
propose à ses clients des solutions optimisées sur l'ensemble de la supply chain.

geodis.com

UNE MARQUE DE 

*La logistique de votre croissance

Le spot TV
A visionner sur www.geodis.com ou sur You tube :
<https://www.youtube.com/user/GeodisCorporate>



Les chiffres clés de la nouvelle marque GEODIS

1 : une marque unique

100 et **40** : 100 marques déposées et 40 marques commerciales actives avant le passage à une marque unique.

94 % : d'après une étude Ipsos menée auprès de 401 décideurs français, la marque GEODIS a une notoriété globale de 94% et renvoie une image de confiance, avec une note de pertinence de 6,2/10.

2^{ème} : GEODIS est également la seconde marque venant à l'esprit des décideurs français lors du choix d'un prestataire de services logistiques (Top of Mind).

10 000 : le nombre de camions qui seront mis aux couleurs de la nouvelle marque GEODIS.

5 : engagement, passion, solidarité, confiance et innovation sont les 5 valeurs clés de GEODIS.

4 : TV, presse, internet & affichage, les 4 canaux de diffusion de la campagne de publicité.

67 : nombre de pays dans lesquels GEODIS est implanté et qui sont concernés par l'évolution de la marque. GEODIS s'appuie également sur un réseau de partenariat fiable couvrant 120 pays.

30 000 : les hommes en bleu de GEODIS, 30 000 collaborateurs du groupe désormais réunis sous une marque unique.

Les dates clés du Groupe GEODIS

1904 : Émile Calberson crée au Havre la société Calberson spécialisée dans l'expédition par train de colis et de marchandises vers Rouen et Paris.

1930 : Calberson transporte 3 000 tonnes de marchandises par mois.

1947 : Calberson s'ouvre au fret aérien en ouvrant les messageries aériennes intercontinentales.

1950 : Calberson acquiert plusieurs entreprises locales de transport et devient un regroupement de PME.

1965 : Calberson reprend Schenker France.

1972 : Internationalisation du groupe avec la création de Calberson International.

1983 : Le groupe Calberson contrôle 80 filiales, emploie 12 000 personnes et utilise 5 624 véhicules de toute taille.

1995 : GEODIS, filiale de SNCF, regroupe les sociétés Calberson, Sceta Transport, Bourgey-Montreuil et Sceta International.

2001 : Les activités messagerie, logistique et commission de transport du Groupe GEODIS sont regroupées au sein d'une nouvelle entité : GEODIS France.

2006 : Le groupe acquiert la division Freight Forwarding de TNT qui le place parmi les premiers opérateurs du Freight Management en Europe.

2008 : l'OPA de SNCF Participations a donné naissance à un champion mondial du transport et de la logistique multimodale. GEODIS a alors intégré la nouvelle branche Transports et Logistique de SNCF, son nouvel actionnaire. En 2013, GEODIS réalisait un quart du chiffre d'affaires de SNCF. Plus de 45 % de son activité est réalisée à l'international.

2015 : GEODIS réunit l'ensemble de ses activités sous une marque unique : GEODIS.