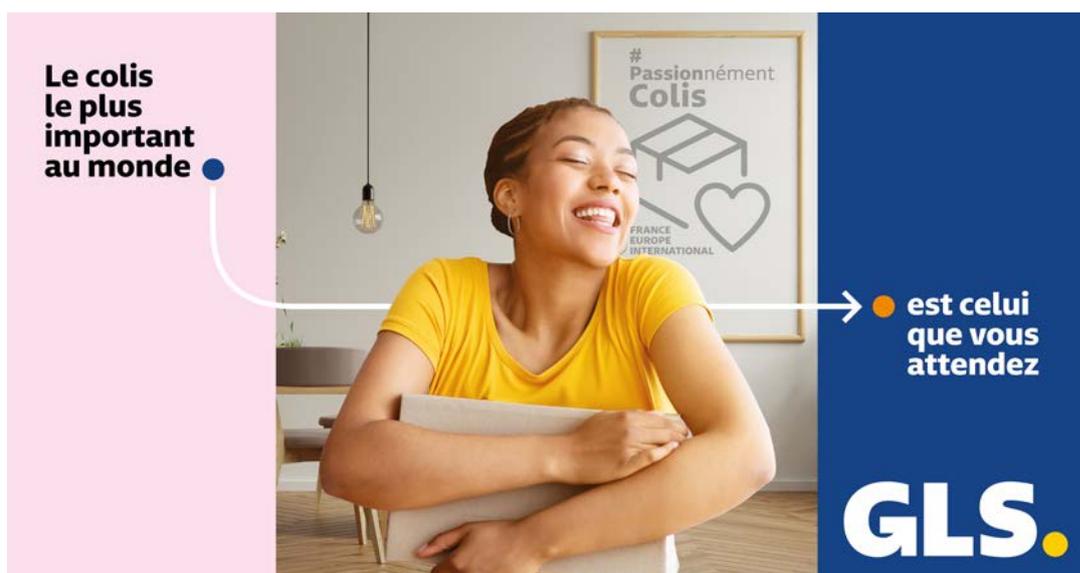


Communiqué de Presse

GLS dynamise son image de marque avec une nouvelle identité pour répondre à ses fortes ambitions

Amsterdam, 4 octobre 2021 - GLS, l'un des principaux acteurs de la livraison de colis, dévoile sa nouvelle identité de marque qui s'appuie sur ce qui a fait le succès de GLS : une personnalisation de chaque livraison grâce à ses solutions transparentes et innovantes. Une identité qui doit aussi affirmer les ambitions de croissance de l'entreprise et ses nouvelles innovations : Track & Engage, une solution marketing digitale qui transforme la géolocalisation de la livraison de colis en une expérience de marque immersive, développée avec la start-up TousFacteurs ou encore le réseau de Voisins-Relais, nouvelle solution de points de retrait de colis avec la start-up Pickme.



Cette nouvelle identité donne ainsi à GLS un design plus dynamique et chaleureux, avec un bleu et un jaune affirmés, qui attirent l'attention. La flèche jaune qui a longtemps représentée l'entreprise est incorporée dans la lettre G avec un design plus compact, ponctué d'un point symbolisant l'expertise de GLS : la livraison personnalisée d'une personne à une autre et le lien avec ses clients à l'ère du numérique. L'apparence soignée est renforcée par un langage clair au ton et au style amusants et audacieux.

Ce renouveau intervient également à un moment de grands changements pour l'entreprise : de nos jours, les clients recherchent de plus en plus des solutions d'expédition faciles, transparentes et rapides. Ainsi, pour répondre à ce besoin croissant, GLS a adapté son réseau et ses services avec des solutions plus internationales, numériques et durables. L'entreprise vise à renforcer son leadership transfrontalier en se concentrant sur la croissance des services B2C, tout en maintenant sa forte présence dans le B2B. Grâce à ce réseau transfrontalier et à une importante connaissance du marché local, GLS est confiant pour atteindre son objectif de croissance d'ici 2025.



*"Chez GLS, nous fournissons le service le plus personnalisé et le plus transparent depuis plus de 30 ans, et nous avons construit une base solide avec notre personnel et nos clients. Comme les besoins des clients et le marché de la livraison de colis évoluent rapidement, il est temps pour nous de changer aussi", déclare **Martin Seidenberg, CEO du groupe GLS.** "La nouvelle identité de marque reflète notre travail et notre ambition d'une manière plus brillante et avant-gardiste. Elle est dynamique, audacieuse, moderne, vivante et personnelle. Elle reflète parfaitement qui nous sommes et qui nous serons".*

La nouvelle identité sera déployée progressivement sur tous les marchés d'Europe et d'Amérique du Nord, avec un démarrage officiel le lundi 4 octobre.

Contacts presse

Agence Wellcom

Sarah Nascimento & Stéphanie Piere

gls@wellcom.fr

01 46 34 60 60

À propos de GLS France et du Groupe GLS

GLS France est une filiale de General Logistics Systems B.V. (siège social à Amsterdam). GLS assure la livraison de colis fiable et de haute qualité pour plus de 240 000 clients grâce à des solutions express et logistiques. « Être le leader en qualité de service pour la logistique colis » : telle est l'ambition de GLS. Via ses propres filiales et des accords contractuels, le Groupe GLS couvre 40 pays et est connecté au monde entier. GLS est l'un des leaders européens des opérateurs colis par son réseau routier. Le Groupe est également présent au Canada et sur la côte ouest des États-Unis. GLS dispose d'environ 1 400 hubs, agences et points de dépôts. Avec 19 000 collaborateurs, ce sont environ 28 000 véhicules de livraison et environ 4 000 camions longue distance qui roulent quotidiennement pour GLS. Durant l'exercice 2020/21, 835 millions de colis ont été transportés pour un chiffre d'affaires total de 4.5 milliards d'euros.