

## GLS lance une nouvelle campagne grand public “That Parcel on Your Mind? We’ve got it.”

- *GLS lance sa campagne That Parcel on Your Mind? We’ve got it. campagne mettant en avant son expertise en matière de livraison B2C et les avantages de ses solutions de livraison hors domicile pour les clients destinataires.*
- *La campagne présente la livraison hors domicile de GLS comme une option fiable et sans couture, en mettant l'accent sur le confort et la flexibilité pour les clients."*
- *Cette campagne est la première partie d'une série en deux épisodes. La seconde partie présentera les avantages des solutions de livraison GLS pour les e-commerçants.*

**Amsterdam, 27 mai 2025** - GLS, l'un des principaux prestataires d'expédition, de transport et de livraison de colis en Europe et en Amérique du Nord, a lancé sa dernière campagne grand public, *That Parcel on Your Mind? We’ve got it.*, conçue pour montrer que la livraison hors domicile est une méthode intelligente et efficace pour recevoir des colis. Basée sur des situations de la vie quotidienne, la campagne illustre comment la livraison de colis peut s'intégrer de manière fluide dans le quotidien des clients, sans les perturber.

Le clip vidéo de la campagne commence avec Eleanor, attablée lors d'un dîner romantique, qui tente de créer une connexion avec son partenaire, gênée par un grand colis posé entre eux. Ensuite, nous voyons Erik, qui encourage sa fille à faire son premier tour de vélo sans aide, mais se laisse distraire par un énorme colis qui avance sur la route, manquant ainsi ce moment important.

Dans la scène finale, Sarah fait une importante présentation devant des collègues qui, de manière inexplicable, portent des colis sur la tête. Alors qu'elle prend conscience de la situation, on la voit utiliser l'application de GLS pour choisir un point de retrait à proximité et récupérer son colis en toute simplicité. Le message est clair : GLS assure une livraison de colis transparente qui ne perturbe pas votre vie.

Dr. Karl Pfaff, directeur général du groupe GLS, déclare : « *Face à la demande croissante d'options de livraison flexibles, nous sommes fiers de proposer des solutions qui s'intègrent parfaitement au mode de vie moderne. Notre réseau Hors Domicile garantit aux clients la liberté de récupérer leurs colis à l'heure et à l'endroit qui leur conviennent le mieux, offrant ainsi une expérience pratique et sans tracas du début à la fin.* »

La campagne met en lumière la manière dont les options de livraison de GLS simplifient la vie des consommateurs en leur offrant...

- **Retrait flexible** : Collectez votre colis dans un GLS Point (Locker GLS ou Relais GLS) de proximité, à votre convenance.
- **Forte présence** : Il y a toujours un GLS Point à proximité pour recevoir votre colis.
- **Redirection flexible** : Changez votre livraison vers un GLS Point jusqu'à 20 minutes avant qu'elle n'arrive.
- **Suivi en direct** : Suivez votre colis en temps réel.

- **Retours faciles :** Retournez votre commande rapidement et facilement depuis un GLS Point.

La campagne *That Parcel on Your Mind? We've got it* a été lancée sur certains marchés européens le 27 mai 2025 par le biais de médias propriétaires, ainsi qu'en vidéo en ligne, affichage, presse, radio et affichage dynamique. Elle reflète plus largement l'engagement de GLS à améliorer l'expérience de livraison et à renforcer sa position en tant que transporteur et prestataire de livraison de colis orienté expérience client.

Cette campagne fait partie d'un opus en deux parties, la seconde mettant l'accent sur l'engagement de GLS à soutenir les e-commerçants avec des solutions de livraison transparentes et adaptées à leurs besoins commerciaux."

### **CRÉDITS DE LA CAMPAGNE**

Creative agency: Dentsu Creative Amsterdam

Strategy: Gerben van der Zwaard & Sanne Mak

Creative Director: Jasper Janssen & Vincent Versluis

Creatives: Maria Maturana Arroyo & Vinicius Biss

### **FILM**

Production: Canada

Director: Alex Gargot

Editor: Xavi Santolaya

Sound: Bumblebeat

Post-production: Post Office Amsterdam

### **OOH & PHOTOGRAPHY**

Photographer: Alexandra Cepeda

Production: Canada

Agent: Canada

Retouching: Ferdy Harmsen

### **SOCIAL & DIGITAL**

Director: Alex Gargot

Post-production: Post Office Amsterdam

### **A propos du groupe GLS**

Le groupe GLS est l'un des plus grands prestataires européens d'envoi, de transport et de livraison de colis avec une forte expertise du marché local, dans presque tous les pays du continent. Il opère également par le biais de filiales en propriété exclusive au Canada et sur la côte ouest des États-Unis au sein d'un seul réseau GLS. Cela permet à GLS de connecter de manière transparente ses clients et ses communautés avec des millions de colis et d'histoires chaque jour. Grâce à son réseau international, GLS a la capacité de relier ses marchés de manière flexible et agile pour répondre à leur nature dynamique et en rapide évolution. L'entreprise est fière de fournir à ses clients, dans une quarantaine de pays, un service de haute qualité qui répond au mieux à leurs besoins. Le réseau GLS se compose de plus de 120 hubs, de plus de 1 600 agences, soutenus par environ 35 600 véhicules de livraison sur le dernier kilomètre 6 100 camions longue distance. Cela offre une résilience du réseau, une flexibilité supérieure et une portée étendue. En 2023/24, GLS a généré des revenus records de 5,6 milliards d'euros et a livré 905 millions de colis.

Pour plus d'informations, visitez le site [www.gls-group.com](http://www.gls-group.com)

**GLS Group Media Contact**

[press@gls-group.com](mailto:press@gls-group.com)

**Contact presse France :**

[communication@gls-france.com](mailto:communication@gls-france.com)