

## GLS présente sa nouvelle image de marque

La marque actualisée incarne les ambitions de l'entreprise avec une allure dynamique et excitante



**Amsterdam, 4 octobre 2021** – GLS, un important fournisseur de services de colis, dévoile aujourd'hui sa nouvelle identité de marque. L'actualisation de la marque s'appuie sur ce qui a fait le succès de GLS dans le monde en pleine mutation des services de colis et soutient les ambitions de croissance de l'entreprise. À la base, GLS rend chaque livraison de colis personnelle grâce à ses solutions intégrées. L'identité de marque actualisée traduit l'engagement de l'entreprise au moyen d'une allure renouvelée, dynamique et conviviale sur le plan numérique.

L'actualisation de la marque attire l'attention par un bleu et un jaune frappants. La flèche jaune qui représente depuis longtemps l'entreprise est intégrée à la lettre G avec un design plus compact, ponctué d'un point symbolisant l'expertise de GLS, sa mission de point à point et son lien avec ses clients à l'ère du numérique. L'aspect soigné est renforcé par un langage clair au ton et au style amusants et pleins d'esprit.

L'actualisation de la marque survient à un moment de grand changement pour l'entreprise. Les clients recherchent de plus en plus des solutions d'expédition faciles, transparentes et durables. En réponse à ce besoin croissant, GLS a adapté son réseau et ses services à des solutions plus internationales, pratiques, numériques et durables. La société entend renforcer son leadership transfrontalier en mettant l'accent sur la croissance des services de détail, tout en conservant sa forte présence dans le secteur du commerce interentreprises. Grâce à son réseau transfrontalier spécialisé et à sa connaissance approfondie du marché local, GLS est certaine d'atteindre son objectif de croissance d'ici 2025.

« Chez GLS, nous fournissons depuis plus de 30 ans le service le plus personnel et le plus transparent qui soit, et nous avons construit une base solide avec notre personnel et nos clients. Les besoins des clients et le marché des colis évoluant rapidement, il est temps pour nous de changer aussi », déclare Martin Seidenberg, chef de la direction du Groupe GLS. « La nouvelle identité de marque reflète notre travail et notre ambition d'une manière plus vive et plus avant-gardiste. Elle est dynamique, audacieuse, moderne, éclatante et personnelle. Elle reflète parfaitement qui nous sommes et qui nous serons. »



La marque actualisée sera déployée progressivement dans tous les marchés d'Europe et d'Amérique du Nord, avec un lancement officiel le 4 octobre.

**Pour obtenir plus de renseignements, veuillez visiter [gls-group.com](https://gls-group.com) ou communiquer avec la personne-ressource ci-dessous.**

Stacey Yunger at GLS Canada  
Courriel : [marketing@gls-canada.com](mailto:marketing@gls-canada.com)  
Téléphone : 514 636-8666

### **À propos du Groupe GLS**

Le Groupe GLS est l'un des principaux fournisseurs de services transfrontaliers de livraison de colis. L'entreprise fournit des services de colis fiables, de haute qualité et personnalisés à ses clients dans 41 pays, complétés par des services de transport de marchandises et des services de colis express. Grâce au vaste réseau transfrontalier de la société et à sa grande connaissance des marchés locaux, les clients peuvent s'attendre à recevoir le même service transparent, souple et personnalisé dans toute l'Europe et au-delà. GLS fonctionne aussi par l'entremise de filiales à propriété exclusive au Canada et sur la côte ouest des États-Unis. Le réseau GLS comprend 71 points de transbordement centraux et régionaux et environ 1 500 dépôts, qui sont soutenus par près de 31 000 véhicules de livraison sur le dernier kilomètre et 4 000 camions sur longue distance. GLS emploie approximativement 21 000 personnes. En 2020-2021, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires record de 4,5 milliards d'euros et livré 840 millions de colis, malgré les défis mondiaux.