

## NEOPOST AFFICHE SES AMBITIONS EN ADOPTANT UNE NOUVELLE IDENTITE VISUELLE

Paris, le 14 février 2006 - Neopost, spécialiste mondial du traitement du courrier, dévoile aujourd'hui sa nouvelle identité visuelle et sa signature : «We value your mail», affirmation du positionnement du Groupe et expression de son projet pour l'avenir.



### Une identité visuelle en phase avec la réalité du groupe

Le logo de Neopost n'avait pas évolué depuis 1992, époque où le Groupe, présent dans 4 pays seulement, était trois fois plus petit et encore loin d'être reconnu mondialement.

Aujourd'hui implanté dans 14 pays avec plus de 4 700 salariés et un chiffre d'affaires supérieur à 800 millions d'euros, Neopost est devenu un acteur incontournable, n°1 européen et n°2 mondial des solutions de traitement du courrier (systèmes d'affranchissement et systèmes de gestion de documents).

En adoptant une nouvelle identité visuelle, Neopost a souhaité refléter cette évolution, mais plus encore traduire ses ambitions. Spécialiste de la gestion du courrier, le Groupe entend servir ses clients partout dans le monde de façon exemplaire en anticipant leurs besoins et en leur offrant des solutions technologiques avancées. Neopost entend aussi continuer d'anticiper les transformations du monde postal pour s'imposer comme le partenaire de référence des postes et des transporteurs grâce à un apport constant d'innovations et de technologies pertinentes.

### Une signature qui valorise le client

La signature «We value your mail» concrétise ces ambitions. Ce message est un triple engagement. Il est à la fois une promesse faite aux clients, un nouveau défi pour tous les salariés et l'affirmation de la personnalité de Neopost. Le métier de Neopost consiste à valoriser le courrier et optimiser son traitement. Sa mission est d'apporter une contribution positive à ses clients et de le faire avec passion, créativité et professionnalisme.

Jean-Paul Villot, Président Directeur Général de Neopost, précise : « *En évoquant la modernité, le dynamisme, la proximité et la technologie, notre nouvelle identité visuelle traduit notre mission qui est d'apporter plus de valeur que quiconque à nos clients. C'est l'engagement que nous prenons partout dans le monde et c'est la promesse que porte notre nouvelle identité.* »

Dès aujourd'hui les filiales du Groupe dans le monde entier vont adopter le nouveau logo, la nouvelle signature et le nouvel environnement graphique de Neopost pour contribuer à accroître la visibilité et la cohérence de la marque Neopost au niveau mondial.



WE VALUE YOUR MAIL

***A propos de Neopost***

**NEOPOST EST LE PREMIER FOURNISSEUR EUROPEEN** et le deuxième fournisseur mondial d'équipement de salles de courrier et de solutions logistiques. Neopost offre les solutions les plus avancées en matière d'affranchissement en ligne ou en bcal, d'insertion de mailings volumineux, d'expédition de colis au coup par coup et de traçabilité logistique.

Basé en région parisienne, Neopost est présent directement sur les principaux marchés mondiaux : Etats-Unis, France, Royaume-Uni, Allemagne, Canada, Pays-Bas, Italie, Belgique, Irlande, Japon, Norvège, Espagne et Suisse. Les produits de Neopost sont vendus dans 90 pays.

Neopost a réalisé en 2004 un chiffre d'affaires de 756 millions d'euros et un résultat net de 109 millions d'euros. Le Groupe a acquis en 2002 Ascom Hasler, 3ème fournisseur mondial de solutions de traitement du courrier, et Stielow, le premier fournisseur de plieuses / inséreuseuses en Allemagne.

Neopost est cotée sur le compartiment A d'Eurolist by Euronext Paris. Le Groupe a une capitalisation boursière d'environ 2,6 milliards d'euros.

**Pour toute information supplémentaire vous pouvez contacter:**

Gaële CHAGNAUD, Directeur Relations Investisseurs

Tél : 01 45 36 31 39

Fax : 01 45 36 30 30

E-mail : [g.chagnaud@neopost.fr](mailto:g.chagnaud@neopost.fr)

Fabrice BARON, Gavin Anderson & Company

Tél : 01 53 32 61 27

Fax : 01 53 32 61 00

E-mail : [fbaron@gavinanderson.fr](mailto:fbaron@gavinanderson.fr)

**Ou consulter notre site Internet : [www.neopost.com](http://www.neopost.com)**

*Pièce jointe :*

**INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES SUR LA NOUVELLE IDENTITE VISUELLE**



**WE VALUE YOUR MAIL**

[www.neopost.com](http://www.neopost.com)

**INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES SUR LA NOUVELLE IDENTITE VISUELLE****L'aboutissement de plus d'un an de collaboration avec Interbrand**

Début 2005, Neopost s'est associé à Interbrand, l'un des principaux groupes internationaux de conseil en stratégies de marque, pour l'accompagner dans sa réflexion sur son positionnement et son identité.

Menée par la Direction Marketing et coordonnée par Interbrand en Europe et aux Etats-Unis, la démarche a impliqué les filiales de Neopost dans le monde entier. Plusieurs ateliers et groupes de réflexion ont réuni de nombreux collaborateurs du Groupe et une cinquantaine de clients à travers le monde, permettant de faire émerger les principaux axes directeurs du positionnement.

**Une nouvelle identité visuelle**

Le nouveau logo se caractérise par :

- Une typographie moderne et dynamique, très lisible, qui donne un sentiment de souplesse et de capacité d'adaptation ; le nom Neopost précède le « N » stylisé pour donner encore plus de force et d'impact à la marque,
- Un « N » stylisé en forme de papillon, symbolisant le mouvement, la réactivité, la convivialité et la légèreté.

Le logo n'est pas enfermé dans un cadre, marquant ainsi une capacité d'ouverture. Il est déclinable en plusieurs couleurs.

La nouvelle signature, «We value your mail », définit clairement le domaine d'activité de Neopost, le courrier. Elle constitue une promesse simple et un engagement de création de valeur pour ses clients.

Le ruban, qui accompagne la signature, évoque à la fois la fluidité du traitement du courrier et la continuité du service que Neopost offre à ses clients.

**Une mission clairement définie**

La démarche entreprise par Neopost a abouti à une formulation précise de la mission du Groupe :

- « Nous, Neopost, sommes un partenaire innovant et engagé. »
- « Notre raison d'être est la valorisation du courrier. »
- « Nos clients sont des responsables opérationnels, sensibles aux enjeux du courrier, une fonction vitale dans l'entreprise. »
- « Nous apportons plus que quiconque une contribution positive à nos clients. »

Engageants pour l'interne, ces principes fondamentaux seront portés par les équipes de Neopost, transformées en véritables « ambassadeurs » de la marque.

**Un déploiement mondial**

La nouvelle identité visuelle est appliquée par les filiales de Neopost dans le monde entier. Dès aujourd'hui, tous les sites Internet Neopost sont aux couleurs de la nouvelle charte graphique. La nouvelle identité concernera aussi le marquage de dizaines de milliers de machines vendues chaque année dans plus de 90 pays. Toute la communication du Groupe portera donc désormais la nouvelle identité.

**Informations pratiques**

Agence : Interbrand

Responsable agence : David Jobin

Budget : non communiqué

 WE VALUE YOUR MAIL