

22 janvier 2008



devient



la marque de référence des Services qui améliorent la Qualité de Vie

Paris, le 22 janvier 2008 - Sodexo Alliance a dévoilé, à l'occasion de son Assemblée Générale du 22 janvier 2008, sa nouvelle identité de marque. Référence dans les services améliorant la Qualité de Vie, le Groupe a souhaité moderniser et dynamiser sa marque pour renforcer sa marque unique mondiale et accompagner sa transformation d'un Groupe de restauration en un Groupe de services. Sodexo Alliance devient ainsi Sodexo et une identité visuelle modernisée et dynamisée voit le jour et va être déployée dans les 29 000 sites sur lesquels le Groupe est présent à travers le monde. Pour accompagner ce déploiement, un plan d'action sur 3 ans a été décidé.

Michel Landel, Directeur général de Sodexo, déclare : « Cette nouvelle identité visuelle est une étape clé dans la vie du Groupe. Destinée à faire de Sodexo une marque de référence, à la visibilité et à la valeur renforcées, cette décision tient une place importante dans notre stratégie. Cette évolution va nous aider à poursuivre notre développement et à réaliser la vision que nous partageons : devenir l'expert mondial des services qui améliorent la Qualité de Vie. »

Clodine Pincemin, Directeur de la Communication de Sodexo : « Au cœur du code génétique de Sodexo se trouve l'ambition de faire vivre une marque mondiale unique. Cette marque est une promesse de qualité, d'innovation et de progrès ainsi que de professionnalisme et d'expertise faite à tous les clients du Groupe. En modernisant notre marque et en renforçant son impact, nous voulons accroître sa valorisation au bénéfice de toutes nos parties prenantes. Ce chantier ambitieux a été mené depuis plus d'un an par un groupe de travail composé des directeurs de la communication des principales zones géographiques et activités du Groupe. Pour assurer le succès de cette évolution, nous veillerons à l'appliquer de manière extrêmement rigoureuse et cohérente et comptons sur chacun des 342 000 collaborateurs de Sodexo pour être un ambassadeur de la marque et de ses valeurs. »

La marque, un axe stratégique à l'échelle mondiale pour le Groupe

L'évolution de la marque du Groupe vient aujourd'hui consolider le renforcement stratégique initié par le plan Ambition 2015, annoncé en 2005 et dont l'objectif est de doubler le chiffre d'affaires d'ici à 2015.

En renforçant le leadership du Groupe dans les services de Restauration, en accélérant son développement dans les activités de Facilities Management et en s'imposant comme leader mondial dans l'activité Chèques et Cartes de Services, Sodexo s'affirme comme un leader mondial dans le domaine des Services. Dans le cadre de cette ambition, le Groupe positionne sa marque comme un véritable axe stratégique, déterminé à en faire la marque de référence dans les services améliorant la Qualité de Vie.

Un nouveau visage global avec une marque simplifiée et dynamisée

Convaincu que la marque est un levier de croissance et un élément déterminant de son succès présent et futur, le Groupe a souhaité renforcer cette marque unique et l'afficher avec force. Pour cela, le nom et le logo du Groupe ont été repensés et recréés, avec trois évolutions majeures :

- suppression du mot « Alliance » de la raison sociale de la holding : le Groupe souhaite ainsi accélérer la mise en place de sa politique de marque mondiale unique dans toutes les activités, dans tous les segments et dans tous les pays où il est présent ;
- suppression de la lettre « H », pour mieux accompagner la stratégie de développement du Groupe vers un groupe de services. La lettre « H » étant le symbole de l'activité Hôtellerie et Restauration, ce changement vient souligner l'accélération de notre développement dans les services de Facilities Management. Cette simplification va également contribuer à accroître l'étendue et l'impact de la marque, va dynamiser le nom, faciliter sa prononciation et son écriture à travers le monde ;
- simplification du logo et modernisation de son graphisme pour rajeunir et dynamiser la marque. La typographie est plus simple, plus compacte, plus vive : elle témoigne de la volonté de Sodexo d'être plus proche de tous ses publics. L'étoile qui accompagne le Groupe depuis de longues années est toujours présente : elle est désormais unique, témoignant de l'exigence des équipes Sodexo, montrant le chemin et canalisant les énergies. Cette étoile est bien différente des autres, à l'image de ce qui différencie Sodexo de ses concurrents. Enfin, la barre du « x » est incurvée, à l'image d'un sourire, trait rouge tendu vers l'étoile Sodexo, symbole des milliers de gestes et d'attentions quotidiennes des équipes Sodexo pour « Faire de chaque jour un jour meilleur ».

C'est l'agence W&Cie qui a accompagné Sodexo depuis 2005 dans cette dynamique d'évolution de marque. W&CIE, agence du groupe Havas fondée en 1997, est spécialisée dans la stratégie de marque associant toutes les disciplines des métiers de la communication et du design. Elle avait déjà accompagné Aéroports de Paris, Arkema, Peugeot et Crédit Agricole dans l'évolution de leur marque et de leur identité visuelle.

À propos de Sodexo

SODEXO, créé par Pierre Bellon à Marseille en 1966, leader des services de Restauration et de Facilities Management sur la plupart de ses marchés, emploie plus de 342 000 personnes réparties sur 29 000 sites dans 80 pays. SODEXO a réalisé pour l'exercice 2006-2007, clos le 31 août 2007, un chiffre d'affaires de 13,4 milliards d'euros. Coté sur Euronext Paris, le Groupe représentait en décembre 2007 une capitalisation boursière de plus de 6 milliards d'euros.

Relations Presse :

Jean-Charles TREHAN

Tél. : +33(1) 30 85 72 64 - Fax : +33(1) 01 30 85 52 32

E-mail : jean-charles.trehan@sodexoalliance.com

L'évolution du logo Sodexo dans l'histoire

Sodexho

1995



1966

sodexo

2008