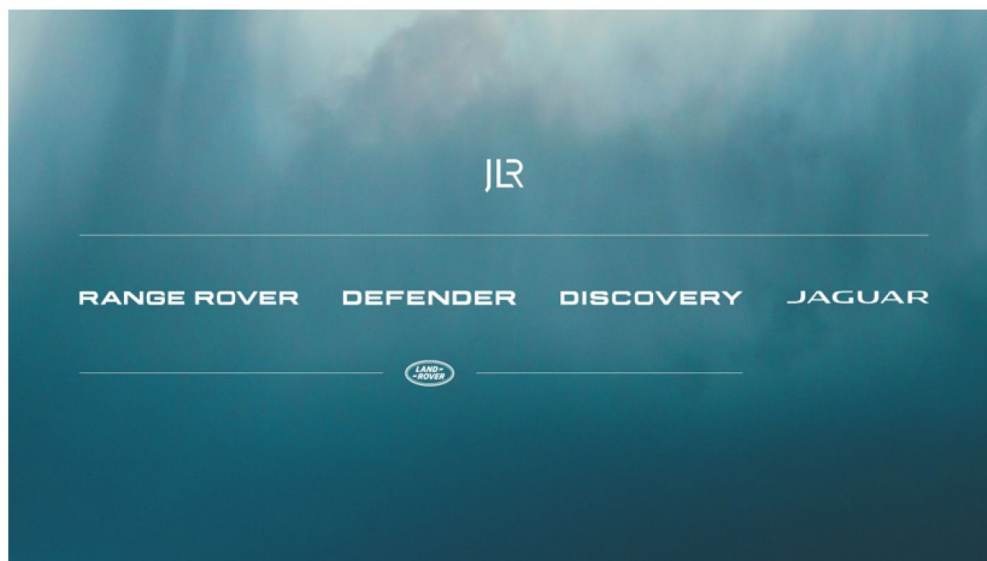


JAGUAR LAND ROVER DEVIENT JLR, PERMETTANT AU GROUPE DE RENFORCER SA VISION DU LUXE MODERNE

- Jaguar Land Rover, qui devient JLR, dévoile sa nouvelle identité d'entreprise
- La nouvelle identité JLR incarne l'élégance, la modernité et la philosophie avant-gardiste de l'entreprise
- Comme annoncé, les marques Range Rover, Defender, Discovery et Jaguar seront mises en valeur dans le cadre de l'approche par maison de marques
- L'emblème patrimonial et iconique de Land Rover reste inchangé et sera visible sur les véhicules, les plateformes en ligne ainsi que chez les concessionnaires
- Nouvelle étape de la stratégie Reimagine, la nouvelle identité JLR reflète l'ambition de luxe moderne de l'entreprise

Dans le cadre de sa transition vers une organisation par maison de marques, Jaguar Land Rover a dévoilé sa nouvelle identité d'entreprise qui vise à lever toute ambiguïté et à mettre en avant l'ADN unique de chacune des marques de JLR - Range Rover, Defender, Discovery et Jaguar. JLR donne ainsi un coup d'accélérateur à la concrétisation de la vision de l'entreprise : être les fiers créateurs du luxe moderne.



En dévoilant une nouvelle identité pour notre entreprise dans le cadre de notre approche par maison de marques, nous vivons aujourd'hui une transformation exaltante. Je suis convaincu que cela illustre parfaitement l'ambition de JLR dans le domaine du luxe moderne.

ADRIAN MARDELL
JLR CEO

Nous ouvrons le prochain chapitre de notre aventure Reimagine pour devenir une entreprise de luxe vraiment moderne. La nouvelle identité JLR apportera de la clarté à nos clients et sera fédératrice pour nos quatre marques britanniques distinctes.

PROFESSOR GERRY MCGOVERN OBE
JLR'S CHIEF CREATIVE OFFICER

Le travail de création à l'origine de la nouvelle identité s'est concentré sur l'élégance, la modernité et une philosophie avant-gardiste, dans le but d'illustrer la direction et l'ambition de l'entreprise. Le jambage du « J » apporte de l'élégance tandis que l'allègement de l'emblème illustre le changement de cap vers le raffinement et la modernité.

JLR réaffirme aujourd'hui que la marque Land Rover restera un élément clé de l'ADN de l'entreprise. Land Rover continue d'être une marque patrimoniale importante reconnue internationalement, présente sur les véhicules, sur

internet, sur les réseaux sociaux et sur le terrain ; elle soutient les marques Range Rover, Defender et Discovery de renommée mondiale

NOTE AUX ÉDITEURS

La stratégie *Reimagine* de Jaguar Land Rover offre une vision du luxe moderne riche en durabilité grâce au design.

Nous transformons notre entreprise pour atteindre, d'ici 2039, l'objectif zéro carbone dans notre chaîne d'approvisionnement, nos produits et nos opérations. Nous avons défini une feuille de route pour réduire les émissions dans nos propres opérations et chaînes de valeur d'ici 2030 en fixant des objectifs validés et fondés sur la science. L'électrification est au cœur de cette stratégie et avant la fin de la décennie, Jaguar sera entièrement électrifiée tandis que nos collections Range Rover, Discovery et Defender proposeront chacune un modèle 100% électrique.

Au fond, nous sommes une entreprise britannique, avec deux sites majeurs de conception et d'ingénierie, trois usines de fabrication de véhicules, un centre de fabrication de moteurs et un centre d'assemblage de batteries situés au Royaume-Uni. Nous disposons également d'usines de véhicules en Chine, au Brésil, en Inde, en Autriche et en Slovaquie ainsi que de sept centres technologiques à travers le monde.

Jaguar Land Rover est une filiale à 100 % de Tata Motors Limited, qui fait elle-même partie de Tata Sons.