

Tata Communications dévoile son audacieuse nouvelle identité de marque : « Ensemble, sans limite »

Tata Communications, un acteur mondial de premier plan dans le domaine des technologies de la communication au service de 300 entreprises du classement Fortune 500, a dévoilé aujourd'hui « Together, limitless » ou « Ensemble, sans limite », une nouvelle identité de marque et un nouveau positionnement mondial, marquant un autre moment décisif de ses 24 ans d'existence. Il s'agit d'une étape stratégique conçue pour améliorer la compétitivité différenciée, souligner la dynamique à long terme et ancrer le leadership de l'entreprise dans cette nouvelle ère de l'intelligence.

« Together, limitless » exprime la conviction que les plus grands progrès sont réalisés lorsque l'expertise, les plateformes et les partenariats s'unissent pour créer des résultats qui dépassent les frontières traditionnelles.

A.S. Lakshminarayanan, directeur général et PDG de Tata Communications, a déclaré : « Nos clients nous font confiance en raison de la profonde expertise que nous apportons et de l'engagement avec lequel nos collaborateurs travaillent au quotidien. Cette passion nous définit. Aujourd'hui, nous évoluons pour devenir une entreprise plus intégrée et prête pour l'avenir. "Together, limitless" reflète cette nouvelle orientation fondée sur la confiance, portée par la transformation et axée sur la capacité de nos clients à accomplir plus que jamais. »

Ce nouveau positionnement intervient à un moment où les entreprises revoient fondamentalement leur mode de fonctionnement dans des écosystèmes hyperconnectés de plus en plus complexes, tout en faisant face à des attentes croissantes en matière de rapidité, de résilience, de sécurité et de responsabilité. Pour Tata Communications, cela reflète sa propre transformation : une présence mondiale élargie, des partenariats clients approfondis et une concentration accrue sur la création de valeur à long terme.

A.S. Lakshminarayanan, directeur général et PDG de Tata Communications, a déclaré : « Au fil des ans, notre pertinence pour les clients a évolué parallèlement à leurs ambitions. Nous sommes maintenant entrés dans une nouvelle phase de transformation – en renforçant nos capacités à travers les produits, les ventes, le marketing et les opérations. Notre "Digital Fabric" aide les organisations à simplifier la complexité et à accélérer l'innovation. Notre nouvelle promesse de marque reflète notre ambition de jouer un rôle plus important dans le parcours de croissance de nos clients. »

Au cœur de sa démarche, « Together, limitless » définit la manière dont Tata Communications collabore avec ses clients, partenaires et actionnaires. Les entreprises d'aujourd'hui évoluent dans un environnement de complexité croissante – avec des piles technologiques en expansion, des cycles d'innovation qui s'accroissent et des attentes grandissantes en matière de résilience, de sécurité et de rapidité. Grâce à une écoute attentive de ses clients, Tata Communications a identifié une tension déterminante : trop d'informations dans le paysage technologique et un besoin croissant de clarté, d'intégration et de partenariat de confiance.

Sumeet Walia, vice-président exécutif et directeur des affaires commerciales de Tata Communications, a ajouté : « Together, limitless n'est pas seulement un slogan – nous mettons enfin des mots sur ce en quoi nous croyons et sur la façon dont nous travaillons depuis des années. Nos clients viennent nous voir avec une ambition : grandir plus vite, fonctionner plus intelligemment et être compétitifs à l'échelle mondiale. Ils recherchent la clarté, la confiance et des partenaires en qui ils peuvent avoir confiance. "Together, limitless" est notre engagement à travailler aux côtés de nos clients, en combinant nos plateformes, notre expertise et nos collaborateurs avec leur vision, en refusant d'accepter les limites du possible. »

Ce lancement s'accompagne également de la première campagne de marque télévisée et numérique de Tata Communications, développée en partenariat avec McCann. La création reflète l'environnement technologique moderne – chargé, bruyant et encombré – avant de révéler le calme, la clarté et l'élan qui naissent d'une orchestration réfléchie.

Stephen Meade, vice-président exécutif - Corporate et B2B de McCann a révélé : « Les entreprises d'aujourd'hui n'ont pas besoin de plus de technologie mais d'une meilleure intégration. Cette campagne renforce le positionnement de Tata Communications en tant que partenaire qui apporte de la clarté à la complexité, aidant les entreprises à réaliser la véritable potentiel de la technologie. »

Pour visionner le film de la marque, visitez notre site web <https://www.tatacommunications.com/>

A propos de Tata Communications

Membre du groupe Tata, Tata Communications (NSE : TATACOMM ; BSE : 500483) est un catalyseur d'écosystème numérique mondial qui alimente l'économie numérique et à croissance rapide d'aujourd'hui dans plus de 190 pays et territoires. En tête avec la confiance, elle permet la transformation numérique des entreprises à l'échelle mondiale avec des solutions de collaboration et de connexion, une connectivité de base et de nouvelle génération, des solutions d'hébergement cloud et de sécurité, ainsi que des services multimédias. 300 des entreprises du Fortune 500 sont ses clientes et la société connecte les entreprises à 80 % des géants mondiaux du cloud. Pour plus d'informations, veuillez visiter www.tatacommunications.com.



Déclarations prospectives et mises en garde

Certains mots et déclarations du présent communiqué concernant Tata Communications et ses perspectives, ainsi que d'autres déclarations, y compris celles relatives à la situation financière prévue de Tata Communications, à sa stratégie commerciale, au développement futur des activités de Tata Communications et à l'économie générale de l'Inde, sont des déclarations prospectives. Ces déclarations impliquent des risques connus et inconnus, des incertitudes et d'autres facteurs, notamment financiers, réglementaires et environnementaux, ainsi que ceux liés à la croissance du secteur et aux projections de tendances, qui peuvent faire en sorte que les résultats réels, les performances ou les réalisations de Tata Communications, ou les résultats du secteur, diffèrent matériellement de ceux exprimés ou sous-entendus dans ces déclarations prévisionnelles.

Les facteurs importants susceptibles d'entraîner une différence matérielle entre les résultats, les performances ou les réalisations réels et ces déclarations prévisionnelles comprennent, entre autres, l'incapacité d'augmenter le volume de trafic sur le réseau de Tata Communications ; l'incapacité de développer de nouveaux produits et services qui répondent aux demandes des clients et génèrent des marges acceptables ; l'incapacité d'achever avec succès les essais commerciaux de la nouvelle technologie et des systèmes d'information pour soutenir les nouveaux produits et services, y compris les services de transmission vocale ; l'incapacité à stabiliser ou à réduire le taux de compression des prix de certains services de communication de l'entreprise ; l'incapacité à intégrer les acquisitions stratégiques et les changements dans les politiques ou les réglementations gouvernementales de l'Inde et, en particulier, les changements relatifs à l'administration de l'industrie de Tata Communications ; et, en général, les conditions économiques, d'affaires et de crédit en Inde. D'autres facteurs susceptibles d'entraîner une différence matérielle entre les résultats, les performances ou réalisations réels et ces déclarations prévisionnelles, dont beaucoup échappent au contrôle de Tata Communications, comprennent, sans s'y limiter, les facteurs de risque décrits dans les rapports annuels de Tata Communications Limited.

Les rapports annuels de Tata Communications Limited sont disponibles à l'adresse suivante : www.tatacommunications.com. Tata Communications n'est pas tenue de mettre à jour ou de modifier ses déclarations prévisionnelles et décline expressément toute obligation à cet égard.

© 2025 Tata Communications Ltd. Tous droits réservés.

TATA COMMUNICATIONS et TATA sont des marques commerciales ou des marques déposées de Tata Sons Private Limited en Inde et dans certains pays.