



Media Information

13 juin 2017

« L'avenir appartient à tous » : Opel présente la nouvelle signature de la marque et son nouveau logo

- Engagement clair de la marque : Opel veut offrir à tous les technologies du futur
- L'innovation pour tous : une approche bien ancrée dans l'histoire de la marque
- Transformation : passer de constructeur automobile à fournisseur de mobilité connectée
- Pour l'ère numérique : le nouveau logo Opel symbolise la clarté et la modernité

LE MANIFESTE OPEL

Nous ne savons pas ce que l'avenir nous réserve.

Mais nous voulons que personne n'en soit exclu.

Pourquoi ce qui est important pour tous ne serait réservé qu'à quelques-uns ?

Le progrès qui met un terme au bruit, aux émissions et aux accidents.

La connectivité qui nous rapproche de ceux qui comptent le plus pour nous.

Les voitures qui s'adaptent à leurs conducteurs et pas l'inverse.

Une mobilité réellement accessible à tous.

Une technologie qui évolue avec l'humanité.

Nous ne voulons pas être les premiers à tout prix.

Mais nous voulons toujours être les premiers à rendre le futur accessible à tous.

Parce que, pour que l'innovation puisse changer le monde, elle doit être accessible à tous.

« L'avenir appartient à tous » est la nouvelle signature de la marque Opel, qui met en avant les attentes du constructeur : Opel démocratise les technologies du futur et les propose au plus grand nombre. Cette approche est une des constantes de toute l'histoire



de la marque : Opel a été ainsi le premier à équiper ses voitures en série d'un pot catalytique trois voies (1989), à monter sur toutes les voitures particulières des airbags grand volume (1995), ou à les doter d'un assistant personnel pour la connectivité et les services avec Opel OnStar (2015), sans oublier le lancement aujourd'hui de la révolutionnaire voiture électrique Opel Ampera-e, qui dispose d'une autonomie de 520 kilomètres (NEDC).

L'industrie automobile est dans la phase d'évolution fondamentale la plus importante qu'elle ait jamais connue, l'accent est mis sur la mobilité des personnes et la mutation est profonde. Il s'agit de passer de la mécanique au numérique, de l'essence à l'électricité, de la possession d'une voiture à des solutions de mobilité en fonction des besoins. « La nouvelle orientation de la marque «l'avenir appartient à tous» prend sa source dans l'âme d'Opel. C'est un engagement, une approche et une obligation – et donc beaucoup plus qu'une simple promesse produit, » déclare Tina Müller, Chief Marketing Officer d'Opel. « La marque a toujours été à l'avant-garde en démocratisant l'innovation. Nous avons toujours permis à un large public de bénéficier d'équipements haut de gamme. La nouvelle signature fait le lien entre l'histoire d'Opel et les objectifs futurs de la marque. C'est ce qui nous pousse, et c'est la véritable nature de la marque Opel » ajoute Tina Müller.

Un seul message : Opel mise sur l'innovation pour tous

La nouvelle signature met l'accent sur deux aspects qui signent le positionnement d'Opel : « **L'avenir** » – cette notion signifie que les solutions de mobilité de demain ne sont possibles qu'en ayant recours constamment à l'innovation. C'est un aspect sur lequel Opel travaille tous les jours. « ... **appartient à tous** » souligne que ces solutions et technologies d'avenir ne sont pas réservées à une minorité mais sont destinées à tous. « L'avenir n'est pas un luxe élitiste mais une meilleure qualité de vie pour tous », explique Tina Müller. Opel a toujours été le premier à démocratiser l'innovation et les équipements haut de gamme. L'introduction du pot catalytique trois voies et le montage des airbags grand volume sur toutes les voitures particulières sont considérés comme des étapes importantes dans la sensibilisation à l'environnement et à la sécurité. Plus récemment, Opel a encore montré son engagement dans l'innovation pour tous avec l'éclairage matriciel IntelliLux LED® monté sur des voitures des segments compacts et milieu de



gamme, l'assistant personnel Opel OnStar ou la voiture électrique Opel Ampera-e. Ces technologies rendent la conduite plus sûre et plus agréable, et en résumé, sont un bienfait pour le grand public. « Les innovations que nous voulons offrir ne sont pas développées par des ingénieurs pour des ingénieurs mais par des ingénieurs pour le grand public, » déclare Tina Müller. Opel veut ainsi apporter une contribution décisive qui rendra plus humain le monde automobile. Un monde futur, qui se caractérisera par la conduite autonome et électrique et où les gens seront toujours mobiles et connectés les uns aux autres – fidèle à la signature « l'avenir appartient à tous ».

« Cette signature adoptée par la marque illustre son approche du monde extérieur, et sa mission en interne : car elle est aussi un signal fort donné en interne à nos employés, qui se dévouent corps et âme à forger l'avenir au quotidien », ajoute Tina Müller. Le nouveau positionnement de la marque a été développé en coopération avec Scholz & Friends. L'agence avait déjà créé la campagne « Umparken im Kopf » (« Changez d'avis ») en 2014. Ce fut une des campagnes automobiles les plus réussies en Allemagne, et elle a joué un rôle important dans le retour de la marque Opel. « Umparken im Kopf donnait une nouvelle perspective sur la marque au-delà des préjugés. 'Le futur appartient à tous' repose sur la conviction qu'il n'y a qu'ensemble que l'on ne peut maîtriser l'avenir. Les deux campagnes portent un message qui dépasse le stade de la marque et va au-delà de l'industrie automobile, » déclare F.M. Schmidt, CEO de l'Agence de publicité Scholz & Friends.

« Cette nouvelle signature partage aussi quelque chose avec le « Umparken im Kopf » (« Changez d'avis »). Les deux véhiculent une démarche qui dépasse le stade de la marque et va au-delà de la catégorie « automobile », » déclare F.M. Schmidt, CEO de l'Agence de publicité Scholz & Friends, auteur du slogan Opel.

Le début de cette nouvelle ère est accompagné d'un nouveau dessin du logo à l'éclair Opel. Il était nécessaire de se concentrer sur l'essentiel. C'est pourquoi les lignes directrices qui ont guidé la refonte du dessin du logo Opel étaient clarté et simplification. Dès à présent, tous les canaux de communication utilisent un logo Opel arborant des lignes simples en 2D. Evidemment, les éléments de base du blitz Opel sont maintenus : le



cercle évoquant la roue, traversé d'un éclair signant l'énergie pure. Facile à reconnaître, même s'il n'est qu'entrevu : simple – direct – évident.

Avec cette nouvelle signature « l'avenir appartient à tous » marquant son engagement, sa volonté et ses exigences, un slogan qui accompagne la plus grande offensive produit de l'histoire du constructeur (« 7 en 17 »), la marque est parfaitement parée pour l'avenir.