

Perscontact:

Alexander Kühn

Tel.: +31 6 2248 5221

E-mail: alexander.kuhn@capgemini.com

Capgemini kijkt naar de toekomst met nieuwe merkidentiteit

Voortbouwend op zijn 50-jarige technologie-erfenis en reputatie, presenteert Capgemini vandaag zijn nieuwe logo en huisstijl. De nieuwe merkidentiteit reflecteert drie unieke kenmerken van Capgemini, toegespitst op de zakelijke uitdagingen van zijn klanten en het ondersteunen van hun digitale ambities. Deze drie pilaren zijn: dynamiek, precisie en mensen.

“Ons logo is 13 jaar geleden voor het laatst opgefrist. In de tussentijdse periode is er veel veranderd. Niet alleen de vorm en omvang van business is gewijzigd, maar de hele markt is ingrijpend veranderd. In het jaar waarin wij onze 50^{ste} verjaardag vieren zijn we de uitdaging aangegaan om onze merkidentiteit te vernieuwen. Ik ben trots dat wij vandaag een nieuwe, frisse merk- en visuele identiteit kunnen presenteren waarin onze passie, ambitie en kracht naar voren komt,” zegt Virginie Regis, lid van de Group Executive Committee en Group Marketing & Communications Director bij Capgemini. *“Het nieuwe logo en de huisstijl passen bij een organisatie in beweging en stralen tegelijkertijd uit dat wij de zakelijke uitdagingen van onze klanten met precisie en vertrouwen kunnen ondersteunen. In een tijd van digitale interacties hebben wij er bovendien naar gestreefd om ons logo menselijker te maken, dankzij het gebruik van een fris, handgeschreven format. We zijn nu bezig om de gehele merkarchitectuur van alle Group-merken onder de loep te nemen.”*

**Nieuw, handgeschreven logo reflecteert Capgemini's menselijkheid en betrokkenheid**

Technologie is niets zonder de mensen erachter. Dit is de visie die Capgemini vanaf het begin uitdraagt en waar het nieuwe, handgeschreven logo bij aansluit. Bovendien past het goed bij de in 2010 gelanceerde slogan, die nu nog net zo relevant is als in 2010: 'People matter, results count.'

Een nieuw schoppenteken: precisie gecombineerd met positieve energie

Het nieuw vormgegeven schoppenteken is vloeiend en dynamisch, wat het evoluerende technologielandschap reflecteert en het vermogen van Capgemini om voortdurend mee te bewegen met de nieuwste ontwikkelingen en innovaties.

Tegelijkertijd straalt het de precisie uit die noodzakelijk is om projecten succesvol op te leveren. Het schoppenteken is nu flexibel: vloeiend, vouwbaar en draaibaar.

Een fris nieuw kleurenpalet

Het Capgemini blauw is nu levendiger. Het donkere blauw representeert de erfenis van het bedrijf en de betrouwbare uitstraling van het merk en de mensen die er werken, terwijl de lichtblauwe kleur de nieuwe wereld representeert: energiek, inspirerend en een vrijdenkend. Bovendien staan de twee tinten blauw niet op zichzelf, maar zullen worden ondersteund door een breed palet van frisse kleuren die de nieuwe look en feel verder tot leven wekken.

Noot voor de redactie: op verzoek is er high-res beeldmateriaal beschikbaar van het nieuwe logo.

Over Capgemini

Met ruim 190.000 mensen in meer dan 40 landen is Capgemini wereldwijd een van de meest vooraanstaande aanbieders van consulting-, technology- en outsourcingdiensten. Capgemini viert in 2017 haar 50-jarig jubileum. In 2016 rapporteerde Capgemini Group een omzet van 12,5 miljard euro. Samen met zijn klanten creëert en realiseert Capgemini resultaatgerichte business-, technologie- en digitale oplossingen die klanten in staat stelt de mogelijkheden van innovatie en competitiviteit te benutten. Als een cultureel diverse organisatie heeft Capgemini zijn eigen onderscheidende manier van werken, de Collaborative Business Experience™. Hierbij maakt Capgemini gebruik van het wereldwijde leveringsmodel Rightshore®.

Kijk voor meer informatie op: www.capgemini.com.

Rightshore® is een handelsmerk van Capgemini.