Interbrand Amsterdam presenteert nieuwe merkidentiteit voor het postbedrijf van België: ‘De Post - La Poste’ wordt ‘bpost’

Amsterdam, 17 juni 2010 – Merkenadviesbureau Interbrand heeft een nieuwe merkidentiteit voor de Belgische Post ontwikkeld, de op een na grootste werkgever (35.000+) van België. ‘De Post-La Poste’ heet vanaf vandaag ‘bpost’. Naast de nieuwe naam, ontwikkelde Interbrand een nieuwe visuele en verbale merkidentiteit. De nieuwe merkstrategie brengt de visie van het nationale postbedrijf, op het leveren van post in een complexe en digitale wereld, tot leven. Tegelijkertijd koestert het nieuwe merk het rijke erfgoed en de herkenbaarheid die het bedrijf in haar lange historie heeft opgebouwd. De invoering van het nieuwe logo op ruim duizend locaties en meer dan zesduizend voertuigen, alsmede op brievenbussen en uniformen in België, zal vanaf september geleidelijk uitgevoerd worden.

Moderne klantbenadering vanuit één naam

“De nieuwe naam drukt onze beide basiskenmerken goed uit: we zijn en blijven een postbedrijf, en we hebben en houden stevige wortels in onze thuismarkt. Bovendien dragen we met bpost nu één naam, die ons ook op internationaal vlak duidelijk onderscheidt”, zegt Johnny Thijs, CEO van bpost. “Het nieuwe logo ligt in lijn met de sterke vooruitgang van de onderneming van het afgelopen decennium. Met dat in gedachten zijn vertrouwde eigenschappen van het logo bewaard gebleven, maar in een gemoderniseerde, verfriste vorm. Met de nieuwe visuele merkidentiteit willen wij onze moderne bedrijfscultuur uitdragen.”

“Momenteel zijn in deze sector de nationale merken vol van uitingen van vertrouwen en erfgoed - posthoorns, wapens, nationale kleuren, enz. De internationale spelers hanteren uitingen van snelheid, dekking en efficiëntie. De volgende stap voor de sector is verder te gaan: van beweging naar beroering, met het accent op het opbouwen van relaties en het krijgen van inzicht in klanten en hun behoeften door gebruik te maken van de nieuwste beschikbare technologie”, zegt Josh Feldmeth, Managing Director van Interbrand Amsterdam.

Liberalisering van de Belgische postmarkt

Op 1 januari 2011 vindt de liberalisering van de Belgische postmarkt plaats. Gedurende het afgelopen decennium van veranderingstrajecten heeft het nationale postbedrijf haar focus gericht op het verbeteren van klantgerichtheid en

concurrentievermogen. Het Belgische postbedrijf koos dit moment om de komst van een nieuw tijdperk in de postsector te verwelkomen. Het creëren van de nieuwe identiteit was niet een creatieve oefening, maar moest de waarde achter de bedrijfsstrategie ontgrendelen. Met de keuze voor een nieuwe naam en de creatie van een nieuwe identiteit toont het merk haar competitieve bereidheid.

De Belgische minister Inge Vervotte (Ambtenarenzaken en Overheidsbedrijven) verklaart: “Dit is de kroon op het vele veranderingswerk van de voorgaande jaren. Alle postmedewerkers hebben hard gewerkt om hun bedrijf klaar te maken voor de toekomst. Met de nieuwe naam en het gemoderniseerde logo richten ze zich resoluut naar morgen.”

De merkarchitectuur van bpost en haar dochterondernemingen is ook geoptimaliseerd om de eisen van de klant beter weer te geven. Dochterondernemingen zoals ‘Speos’ en ‘Certipost’ behouden hun naam, maar hun logo zal worden aangepast. De naam ‘Taxipost’ zal worden gehandhaafd, terwijl ‘Belgian Post International’ voortaan ‘bpost international’ zal heten. Producten en diensten voor zakelijke klanten zullen vanaf heden worden aangeboden onder de nieuwe naam ‘bpost business’.

Over Interbrand
Merkenadviesbureau Interbrand (1974) (www.interbrand.com <http://www.interbrand.com>) combineert de strategische en analytische kwaliteiten van een bedrijfskundig adviesbureau met de ondernemingsgeest en creativiteit van een branding- en designbureau. De brandingconsultancy helpt klanten merkwaarde te creëren, verbeteren, onderhouden en evalueren. Interbrand heeft ruim dertig vestigingen in meer dan twintig landen, waaronder Nederland, en mag een aantal van de meest gerespecteerde bedrijven ter wereld tot zijn cliënten rekenen. Interbrand onderhoudt ‘s werelds enige online opinieforum voor branding op www.brandchannel.com <http://www.brandchannel.com> .

###

Noot aan de redactie, niet voor publicatie:

Voor informatie over dit persbericht, of hoge resolutie beeld- en logomateriaal, kunt u contact opnemen met:

Patrick Stal, Interbrand
Telefoon: 020 - 406 5750
E-mail: patrick.stal@interbrand.nl