

# Philips dévoile sa nouvelle identité de marque, centrée sur l'innovation et les personnes

Le Groupe présente sa nouvelle signature de marque, « innovation et vous », ainsi que le nouveau design de son écusson

Le 13 novembre 2013



**Amsterdam, Pays-Bas** – Royal Philips (NYSE : PHG, AEX : PHIA) a dévoilé aujourd'hui sa nouvelle identité de marque : cette dernière s'appuie sur l'héritage de l'entreprise, son engagement à développer des innovations qui ont du sens. Philips est en effet convaincu que l'innovation n'a de sens que si elle répond aux besoins et aux désirs de la population. Parallèlement, l'entreprise a révélé le nouveau design de son célèbre écusson en le projetant en animation 3D sur la façade de son siège social à Amsterdam.

*« L'innovation est dans notre ADN depuis que nous avons lancé notre première ampoule électrique il y a plus de cent vingt ans », a déclaré le Président de Philips, Frans van Houten. « Nous pensons que ce nouveau positionnement reflète bien mieux la mission de la marque Philips : améliorer la vie des personnes grâce à des innovations qui ont du sens. Nous rendrons les soins médicaux plus abordables et plus accessibles. Nos solutions d'éclairage LED à économie d'énergie amélioreront le bien-être de la population et rendront le monde plus durable. Nos produits et services amélioreront le style de vie, la santé et le bien-être de la population. C'est cela que notre marque représente. »*

Le positionnement que la marque a annoncé aujourd'hui est mis en valeur par le lancement d'une [plateforme digitale comprenant de nombreux témoignages](#) : elle présente une large gamme d'innovations Philips ayant un impact positif sur la vie des gens, telles que la thérapie par ultrasons focalisés de haute intensité sous guidage IRM qui permet de traiter les tumeurs tout en évitant d'abîmer les tissus sains avoisinants. Parmi les autres innovations récentes, le système personnalisé d'éclairage Hue a été installé par une famille londonienne afin que leur fillette se réveille en douceur. Un dentiste explique également sur ce site Internet pourquoi il conseille à ses patients d'utiliser la technologie Philips Sonicare, car il est convaincu que cette innovation aide les gens à se laver les dents plus efficacement et à améliorer leur hygiène bucco-dentaire.

Philips a également présenté le nouveau design de son [écusson](#), un emblème mondialement connu utilisé pour la première fois en 1934. A l'origine, cet écusson symbolisait la radio, nouveau média qui a considérablement rapproché les gens et amélioré leurs vies.

**Symbole d'innovation et de confiance**, cet écusson, qui affiche un design plus contemporain aujourd'hui, jouera un rôle important dans la nouvelle identité visuelle de Philips, car les marques ont de plus en plus besoin d'emblèmes émotionnels pour définir leur identité. Le nouveau design comporte toujours ses éléments familiers, mais il a été mis au goût du jour pour refléter le 21<sup>ème</sup> siècle et être davantage en phase avec les médias numériques et les canaux mobiles.

Ce nouveau positionnement de la marque fait suite au programme de transformation « *Accelerate* » mis en place par le Groupe, qui fait de Philips une société du secteur technologique, plus entreprenante et plus dynamique, se concentrant sur les soins médicaux, l'éclairage, ainsi que la santé et le bien-être des consommateurs. Dans le cadre de cette évolution, Philips a apporté des ajustements conséquents à son portefeuille produits et a pris le nom de *Royal Philips* il y a quelques mois pour mieux traduire ce changement.

**Rendez-vous sur la nouvelle plate-forme numérique Philips :**  
[www.philips.com/innovationandyou](http://www.philips.com/innovationandyou)