



GLS cambia pelle

Il rinnovamento del marchio GLS incarna le ambizioni dell'azienda con un look moderno e dinamico

Amsterdam – San Giuliano Milanese, 4 ottobre 2021 – GLS, uno tra i principali player del Trasporto merci, svela oggi la sua nuova brand identity. Il rinnovamento del marchio si basa su ciò che ha reso GLS un'azienda di successo nel settore e supporta le ambizioni di crescita dell'azienda. L'obiettivo di GLS è rendere ogni consegna speciale, offrendo soluzioni adatte a ogni esigenza. La rinnovata identità del marchio riflette l'impegno e la dedizione dell'azienda con un look fresco, dinamico e orientato verso il mondo digitale.

Ciò che cattura l'attenzione nella nuova immagine sono i colori vibranti: blu e giallo. La freccia gialla, per molto tempo simbolo dell'azienda, è stata incorporata nella lettera G all'interno di un design più compatto. Inoltre, nel logo è stato aggiunto un punto, che rappresenta la competenza di GLS, la sua missione di consegnare dalle persone alle persone e la connessione con i suoi clienti nell'era digitale. Questo nuovo look d'impatto è accompagnato da un linguaggio chiaro con un tono e uno stile divertenti e spiritosi.

Il rinnovamento del brand arriva in un momento di grande cambiamento per l'azienda, che deve far fronte alle richieste sempre più sfidanti dei clienti per soluzioni di consegna semplici, trasparenti e sostenibili. Per rispondere a questa crescente necessità, GLS ha adattato la sua rete e i suoi servizi per poter offrire ai propri clienti soluzioni più internazionali, comode, digitali e sostenibili. GLS ha l'obiettivo di rafforzare la propria posizione come azienda leader nel settore del Trasporto merci a livello nazionale e internazionale, focalizzandosi sulla crescita nei servizi B2C pur mantenendo un ruolo predominante nel B2B. È proprio grazie alla sua rete nazionale e internazionale e alla sua conoscenza del mercato locale che GLS si propone di raggiungere i propri obiettivi di crescita entro il 2025.

“In GLS per più di 30 anni ci siamo occupati di offrire con continuità servizi personalizzati e abbiamo costruito delle solide fondamenta con i nostri collaboratori e i nostri clienti. Poiché le esigenze dei clienti e il settore delle spedizioni sono in costante evoluzione, anche per noi è giunto il momento di cambiare”, afferma Martin Seidenberg, CEO di GLS Group. “La nuova identità di GLS rispecchia il nostro lavoro e la nostra ambizione. Ci aiuterà a presentarci come un'azienda lungimirante, dinamica, audace e moderna. Riflette perfettamente chi siamo e chi saremo.”

Il marchio aggiornato sarà introdotto gradualmente in tutti i mercati in Europa e Nord America a partire dal 4 ottobre.



Il Gruppo GLS

Il Gruppo GLS propone servizi di spedizione affidabili e di qualità elevata ai clienti di oltre 41 Paesi, integrando servizi di corriere espresso e di trasporto merci. Grazie alla sua rete distributiva nazionale e internazionale e alla sua forte conoscenza del mercato locale, GLS offre ai propri clienti servizi flessibili e personali in tutta Europa e non solo. Il Gruppo opera anche attraverso società controllate al 100% in Canada e sulla costa ovest degli USA. GLS dispone di 71 centri di smistamento centrali e regionali e di circa 1.500 Sedi, supportati da circa 31.000 mezzi per l'ultimo miglio e circa 4.000 mezzi di linea per le lunghe distanze. GLS conta circa 21.000 dipendenti. Nell'esercizio 2020/21 GLS ha ottenuto un fatturato di 4,5 miliardi di euro e ha trasportato 840 milioni di colli, nonostante le sfide globali.