

Lectra

Mit neuer Markenidentität in die Zukunft

Montag, 22.01.2018

Der neue Markenauftritt von Lectra greift die digitale Ausrichtung in der Unternehmens-Strategie auf und beschreibt, wie Lectra die Herausforderungen von Mode- und Bekleidungs-, Automobil- und Möbelunternehmen auf dem Weg in Industrie 4.0 angeht. Dies teilt das Technologie-Unternehmen mit.

Das neue Markenuniversum – inklusive neuem Logo – hat Lectra zusammen mit der Agentur ComCorp geschaffen. Es spiegele die kontinuierliche Weiterentwicklung des Unternehmens wider und betone seine Vorreiterrolle in der vierten industriellen Revolution. Im Mittelpunkt stehe Innovationskraft als Teil der Lectra-DNA sowie vier Grundwerte des Unternehmens: Hingabe, Engagement, Verständnis und Vision.

„Die neue Markenidentität ist ein Spiegelbild der sich stetig weiterentwickelnden Strategie, des Knowhows und der reichen Geschichte von Lectra“, sagt Alexis Noal, Vizepräsident von ComCorp. „Das neue Branding ist das Ergebnis enger Zusammenarbeit mit den Lectra-Teams auf jeder Ebene und zudem im Austausch mit den Kunden und Partnern von Lectra entstanden.“

„2017 war eines der aufregendsten Jahre der Lectra-Firmengeschichte. Es begann mit der Ankündigung einer neuen Strategie, mit der unsere Kunden erfolgreich in die Ära der Industrie 4.0 eintreten. Die Strategie hat uns stark inspiriert, als wir das neue Branding erarbeitet haben. Wir freuen uns, heute die neue Markenidentität von Lectra vorzustellen. Sie verkörpert die Dynamik des Unternehmens, seine kühne Vision und seinen Ehrgeiz, immer an der Seite des Kunden zu sein“, betont Céline Choussy Bedouet, Chief Marketing and Communications Officer bei Lectra.

Mit neuer Markenidentität in die Zukunft