

## Une nouvelle identité de marque pour Lectra

***Dynamique et résolument tournée vers l'ère digitale, l'identité de marque de Lectra s'inspire directement de sa stratégie centrée client et orientée Industrie 4.0***

Paris, le 9 janvier 2018 – Lectra, le partenaire technologique des entreprises utilisatrices de tissus et de cuir, dévoile sa nouvelle identité de marque. Celle-ci réaffirme puissamment l'orientation digitale de la stratégie de Lectra, élaborée pour aider les entreprises de la mode et de l'habillement, de l'automobile et de l'ameublement à réussir leur développement selon les principes de l'Industrie 4.0.



Conçu avec l'agence ComCorp, le nouvel univers de marque de Lectra reflète la réinvention permanente de l'entreprise et sa volonté d'accentuer son rôle d'éclaireur à l'aube de la quatrième révolution industrielle. Cet univers évoque fortement l'ADN d'innovation de l'entreprise, tout en s'appuyant sur ses quatre valeurs : *Caring, Committed, Insightful, Visionary*.

Moderne et élégant, le nouveau logo exprime le positionnement premium de Lectra, fière de collaborer avec des entreprises avant-gardistes, tout en soulignant l'évolution de son offre autour de l'analyse des données. Les carrés « pixels » de la charte transposent graphiquement ce tropisme digital de l'entreprise. Les couleurs, si distinctives de Lectra, restent en revanche identiques afin de rappeler la loyauté de Lectra envers ses clients, dont elle se veut le partenaire technologique de choix.

La signature *Empowering customers through industrial intelligence* affirme quant à elle l'engagement de Lectra de donner à ses clients les moyens de leurs ambitions. Aux avant-postes des tendances industrielles des secteurs de ses clients, l'entreprise n'a de cesse de façonner des solutions qui les accompagnent dans l'ère digitale, facilitant leur transition vers l'industrie de demain.

Pionnière de l'Internet industriel des objets dès 2007 et aujourd'hui activement engagée dans la voie de l'Industrie 4.0, Lectra place la collecte et l'analyse des données au cœur de son offre. La notion d'*industrial intelligence* est centrale dans la mise en œuvre, chez ses clients, d'une chaîne de valeur digitale, permettant l'interconnexion en temps réel entre les équipes créatives et de développement produit, l'usine intelligente, les fournisseurs et les consommateurs.

« *La nouvelle identité de Lectra est le reflet fidèle de l'évolution de sa stratégie, de ses expertises et de la richesse de son histoire* », commente Alexis Noal, vice-président, ComCorp. « *Elle est le fruit d'une collaboration étroite avec les équipes de Lectra à tous les niveaux et s'est nourrie des échanges que nous avons eu avec les clients et les partenaires de l'entreprise au cours de ces derniers mois* ».

« *2017 a été l'une des années les plus passionnantes de Lectra. Elle s'est ouverte sur l'annonce de sa nouvelle stratégie, conçue pour aider nos clients à réussir leur entrée dans l'ère de l'Industrie 4.0. Elle nous a inspirés lorsque nous avons revu tous les fondamentaux de la marque. La nouvelle identité que nous avons le plaisir de dévoiler exprime tout le dynamisme de l'entreprise, l'audace de sa vision et l'ambition de la mission qu'elle se fixe au service de ses clients* », déclare Céline Choussy Bedouet, directrice marketing et communication, Lectra.

Découvrez [ici](#) notre nouvelle image de marque !

## Suivez Lectra sur les réseaux sociaux :



### A propos de ComCorp

ComCorp est une agence européenne de communication indépendante, spécialisée dans le développement de l'image, du capital confiance et de la réputation des entreprises et des marques. Forte d'une gamme étendue d'expertises, de savoir-faire et de solutions, l'offre de ComCorp porte sur toute la chaîne de valeur de la communication, du conseil stratégique à l'évaluation de la performance ; elle couvre tous les grands métiers du secteur : relations médias, contenu éditorial, communication interne, digital, événementiel, communication de crise, communication corporate et financière, communication marketing et commerciale. ComCorp se veut le partenaire conseil de référence des entreprises pour les aider à concevoir, planifier, organiser, et orchestrer leurs plans de communication. Fondée en 2013 par Charles de La Rochefoucauld et basée à Paris, ComCorp est un membre actif de trois réseaux internationaux complémentaires d'agences indépendantes.

Retrouvez [ComCorp](#) sur [Twitter](#)

### A propos de Lectra

Pour les entreprises qui insufflent la vie à nos dressings, intérieurs de voitures, meubles et plus, Lectra façonne des technologies premium qui facilitent la transformation digitale de leur industrie. Son offre donne aux marques et aux fabricants les moyens de leurs ambitions, du design à la production, mais aussi la reconnaissance et la sérénité qu'ils méritent. Fondée en 1973, Lectra dispose de 32 filiales à l'international et sert ses clients dans plus de 100 pays. Forte de plus de 1 600 collaborateurs, Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de € 260 millions en 2016 et est cotée sur Euronext (LSS).

Pour plus d'informations, visitez [www.lectra.com](http://www.lectra.com)

### Contacts presse :

#### Lectra Headquarters / Press Department

Nathalie Fournier-Christol

**t** : +33 (0) 1 53 64 42 37

**e** : [n.fournier-christol@lectra.com](mailto:n.fournier-christol@lectra.com)

#### H+K Strategies Paris

Laura Béquart / Marion Larivière

**t** : +33 (0)1 41 05 44 63 / 44 55

**e** : [lectra.france@hkstrategies.com](mailto:lectra.france@hkstrategies.com)