



Contact presse :
Elodie Arnéodo / Nelly Torossian
04.91.19.16.16
bleuciel@societebleuciel.com

Mars 2013

Nouvelle identité pour Auto Sécurité :

le réseau se dote d'un nouveau logo

Auto Sécurité marque aujourd'hui sa volonté de faire évoluer son identité et sa communication. Le réseau a créé pour cela un nouvel univers graphique à partir d'un logo plus fédérateur, porteur de dynamisme et de modernité. Objectif : renforcer l'impact et la reconnaissance d'Auto Sécurité, mais aussi valoriser le rôle de proximité, le service client et la position d'expert du réseau.

Un nouveau logo, un nouvel état d'esprit

Le marché du contrôle technique évolue fortement et Auto Sécurité a décidé de s'adapter, de se moderniser, d'innover et d'entreprendre pour intégrer ces changements. Ce nouveau logo représente avant tout un état d'esprit. Auto Sécurité a de nouvelles ambitions et souhaite se renouveler tout en renforçant sa mission première : être au plus près des attentes des automobilistes. Le réseau a déjà mis de nombreux outils à leur disposition : sites web personnalisés des centres et accessibles sur Smartphone, prise de rendez-vous et paiement en ligne, rappels par SMS. L'objectif étant de leur faire gagner du temps et de leur permettre d'aborder le contrôle technique l'esprit léger.

Cette volonté s'affirme dans une nouvelle signature de marque « Vous êtes tranquille... ». Il s'agit de montrer que les automobilistes sont pris en charge, rassurés, entourés et écoutés et de faire en sorte que le contrôle technique ne soit plus vécu comme une contrainte mais comme un moment de prévention et de réassurance.

Côté graphique...

Le nouveau logo Auto Sécurité se compose de trois éléments indissociables : un blason représenté par un monogramme « AS », novateur et puissant, ainsi que le nom “Auto Sécurité” associé à la mention “contrôle technique”. Objectif du logo : être **impactant, simple et différent** pour assurer une accessibilité et une lisibilité maximale et bénéficier d’une application efficace en signalétique grâce à un symbole mémorisable et une typographie épurée.

Le réseau a capitalisé sur les couleurs historiques d’Auto Sécurité, qui ont été retravaillées et modernisées : **le jaune**, symbolisant l’énergie et le dynamisme, **le bleu**, couleur du service et du sérieux, **le blanc**, symbole de l’ouverture et de la modernité, auxquelles s’ajoute **le gris**, représentant l’aspect professionnel et le savoir-faire. Quant aux flèches jaunes et grises présentes de part et d’autre du logo, elles symbolisent la précision du métier et les différentes étapes de contrôle.

A noter que ce logo est à l’origine d’une nouvelle charte graphique constituée d’une typographie et de couleurs d’accompagnement, ainsi que d’une « ligne d’horizon ». Objectif : créer un véritable univers graphique et apporter une signature cohérente sur tous les supports de communication (print ou web) et en signalétique sur les centres (totems, enseignes...).

A propos de AUTO SECURITE : www.autosecurite.com

Premier né sur le marché du contrôle technique automobile, le réseau AUTO SECURITE compte aujourd’hui 923 centres sur l’ensemble du territoire et les DOM. En 2012, 1.830 contrôleurs ont réalisé près de 3.600.000 contrôles obligatoires.

A propos de SGS : www.fr.sgs.com

SGS est le leader mondial de l’inspection, du contrôle, de l’analyse et de la certification. Reconnu comme la référence mondiale en termes de qualité et d’intégrité, SGS emploie plus de 75 000 collaborateurs, et exploite un réseau de plus de 1500 bureaux et laboratoires à travers le monde. En France, depuis l’acquisition des réseaux SECURITEST en juillet 2004 et AUTO SECURITE en août 2005, SGS est le n°1 du contrôle technique, avec près de 34 % de part de marché et 1.930 centres de contrôle.