

Le Groupe Doyen dévoile sa nouvelle identité de marque

Drogenbos, le lundi 28 mai 2014

Dans l'après-vente automobile ou le « big is beautiful » est devenu la pensée unique, la grande stabilité d'un actionnariat familial aura permis au groupe Doyen de développer une stratégie de différenciation pertinente sur ses différents marchés européens.

Cet esprit entrepreneurial se concrétise par une politique d'investissements audacieuse qui confère au groupe Doyen une performance logistique distinctive et unanimement reconnue.

Animés par une vision long terme du métier, Doyen met à disposition des marchés un bouquet de services à forte valeur ajoutée. En partant des outils de vente, jusqu'aux supports et SAV, en passant par un large panel de prestations logistiques, toutes les actions contribuent durablement à la performance commerciale, économique et financière des clients du groupe.

Doyen lance sa nouvelle identité à partir du 1er juillet et dévoile ses nouvelles couleurs sur ses territoires d'activité : Belgique, France, Pays-Bas, Luxembourg.

Un nouveau logo pour une identité différenciante...

Doyen change de logo pour rajeunir son image et faire émerger sa véritable identité. Plus moderne et plus épurée, cette structure véhicule les trois valeurs fortes qui sont au cœur de son métier : l'innovation, la flexibilité et l'expertise. L'enseigne opte pour la marque « Doyen » qui fait référence au nom de son fondateur, Daniel Doyen. La notion de pérennité est ainsi réaffirmée.

La nouvelle signature du Groupe, devient Doyen Corporate. Les filiales signent désormais Doyen Belux, Doyen France, et Doyen Nederland, distinguant ainsi la communication du Groupe de celle des filiales. La particule «auto» est désormais reléguée au second plan et vient se positionner sous le logo.

La typographie singulière toute en rondeur a spécialement été conçue pour Doyen. Cette forme unique gagne en modernité et lui confère du mouvement. La couleur rouge et chaleureuse prend le pas sur le bleu institutionnel qu'arborait la marque. Un monogramme symbolisant le sigle infini caractérise le lien client et la performance du service, pierre angulaire du métier de Doyen.

... et une communication à 360° pour une visibilité renforcée

Pour assurer le bon déploiement de sa nouvelle identité, le Groupe a établi un plan de communication à 360°.

L'été 2014 verra la concrétisation de sa stratégie web par la mise en ligne de ses sites internet et de son nouvel extranet rebaptisé « ViaDoyen » qui gagnera en convivialité.

En interne, un site intranet « My Doyen » verra le jour et sera accessible par tous les collaborateurs. Il mettra l'accent sur les équipes pour solidifier la cohésion et les synergies entre les pays.

Dans la foulée, Doyen publiera une newsletter périodique intitulée « Doyen Inside » pour renforcer les liens avec toutes les parties prenantes de l'entreprise : clients, collaborateurs, fournisseurs et tout partenaire. Plusieurs supports de communication seront également créés pour répondre aux besoins de visibilité : les signalétiques intérieure/extérieure habilleront les bâtiments et la papeterie fera peau neuve en introduisant aussi des QR Codes sur les cartes de visite, facilitant encore plus l'accès à l'information.

Doyen en quelques chiffres :

- Création par Daniel Doyen en 1922
- 4 pays : Belgique, France, Pays-bas, Luxembourg
- Un chiffre d'affaires 2013 de 182 millions d'euros
- 2 entrepôts nationaux et 4 satellites régionaux soit 56 milliers de mètres carré de stockage
- 150 marques stockées issues des plus grands équipementiers mondiaux
- 80 000 références qui représentent 3, 226 732 millions de pièces disponibles
- 2 marques propres : Requal et Carfirst

SA DOYEN AUTO NV

Amadeus Square
8 avenue Mozartlaan
B-1620 Drogenbos
Tel. +32 (0)2 526 22 11
Fax +32 (0)2 526 22 00
www.doyen-auto.com

CONTACT GROUPE DOYEN

Chiraz Soltani
Group Communication Manager
Tel. +32 (0)2 526 24 37
chiraz.soltani@doyen-auto.com