

## Air Liquide kondigt een nieuwe visuele identiteit aan

De overname van Airgas en de lancering van het ondernemingsprogramma NEOS voor de periode 2016-2020 markeren een nieuwe fase in de geschiedenis van Air Liquide. De Groep ondergaat een transformatie en verandert haar visuele identiteit met een nieuw logo, het vijfde sinds de onderneming 115 jaar geleden werd opgericht. Deze nieuwe visuele identiteit die de transformatie van Air Liquide belichaamt, is er een van een toonaangevende Groep, die deskundig en innovatief is, dicht bij haar stakeholders staat en open is naar de rest van de wereld.

Met de overname van Airgas is Air Liquide **in omvang toegenomen**. De Groep heeft momenteel 68.000 medewerkers in dienst en bedient meer dan drie miljoen klanten en patiënten wereldwijd. Door het versterken van haar aanwezigheid in de Verenigde Staten, die 's werelds grootste markt voor industriële gassen vormen en tevens vooroplopen op het gebied van innovatie en digitale technologieën, zet Air Liquide een **nieuwe stap in haar ontwikkeling en groei**.

Met haar ondernemingsprogramma NEOS brengt Air Liquide een **klantgerichte veranderingsstrategie** ten uitvoer die rendabele groei op de lange termijn moet opleveren. Deze strategie, waarbij innovatie de belangrijkste weg naar groei is, moet nieuwe oplossingen bieden voor de uitdagingen die zich voordoen bij de omschakeling op energie- en milieugebied, de gezondheidszorg en de digitale transformatie. Op die manier zal Air Liquide waarde blijven creëren voor al haar stakeholders.

Deze **verandering in visuele identiteit** illustreert dus de **transformatie van de Groep** en markeert een **nieuwe fase in haar geschiedenis**. Terwijl de grondbeginselen van het merk - naam, kleuren en opbouw van het logo - worden gehandhaafd, wordt het AL-monogram vervangen door een nieuw symbool, de "Alfa", die staat voor het begin van een nieuwe fase. De **precisie** van de Alfa weerspiegelt de **expertise** van de Groep, haar wetenschappelijke cultuur en technologische en innovatieve capaciteiten. De **ronde vorm** van het beeldmerk en de typografie in kleine letters maken duidelijk dat de Groep **dicht bij** haar stakeholders staat en zich inzet voor de grote uitdagingen waarvoor de samenleving staat. Tot slot wordt door **het weglaten van het kader** rond het logo de **openheid** van de Groep gesymboliseerd, of het nu gaat om haar manier van innoveren of om haar voortdurende dialoog met de diverse gemeenschappen.

Deze nieuwe visuele identiteit van Air Liquide is een logische uitbreiding van de "Creative Oxygen"-signatuur van de Groep die in 2014 werd gelanceerd. De expertise van de Groep komt tot uitdrukking in de beheersing van "oxygen" (zuurstof), de molecule die essentieel is voor leven, materie en energie, terwijl haar nabijheid en openheid blijken uit de "creativiteit" van de teams.

**Benoît Potier**, Chairman en CEO van de Air Liquide Groep, verklaarde: **"Deze nieuwe visuele identiteit illustreert op krachtige wijze de transformatie die Air Liquide doormaakt. Zij markeert het begin van een nieuwe fase in de geschiedenis van de Groep op een moment waarop deze aanzienlijk van omvang verandert. Dankzij betrokken en gepassioneerde teams, het vertrouwen van onze klanten en de loyaliteit van onze aandeelhouders, hebben wij vertrouwen in het vermogen van de Groep om haar ontwikkeling voort te zetten en om waarde op de lange termijn te creëren voor al haar stakeholders."**

Ter begeleiding van deze nieuwe visuele identiteit lanceert Air Liquide een multichannel-**communicatiecampagne #AirLiquideistransforming**, waarbij het accent op digitale en sociale media ligt.

Om de transformatie die de Groep doormaakt in beeld te brengen, is de campagne opgezet rond diverse onderwerpen die het bewijs leveren van deze bedrijfsverandering. Hierbij wordt gecommuniceerd op eenvoudige wijze en op een toon die de Groep dichter bij haar publiek brengt. Zo kan men onder andere kennismaken met een Air Liquide dat "haar klassieken opnieuw uitvindt" als het gaat om haar innovaties op het gebied van industriële gassen, dat "op gezondheidsgebied luistert naar haar patiënten" als het gaat om de nieuwe online gezondheidsdiensten, of dat "een revolutie aanstuurt" als het gaat om de ontwikkeling van de Groep op het gebied van nieuwe energieën voor een schoon vervoer. Een video over Air Liquide-medewerkers die een bijdrage leveren aan de transformatie van de Groep, maakt het communicatiepakket compleet.

Bekijk de transformatie van de Groep en haar nieuwe visuele identiteit op [airliquide.com](http://airliquide.com) en op de sociale netwerken: [@airliquidegroup](https://twitter.com/airliquidegroup) #AirLiquideistransforming en op [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/airliquide).

## CONTACTPERSONEN

### Corporate Communications

Caroline Brugier  
+33 (0)1 40 62 50 59  
Aurélié Wayser-Langevin  
+33 (0)1 40 62 56 19

### Investor Relations

Paris  
+33 (0)1 40 62 50 87  
Radnor  
+1 (0) 610 263 8277

Air Liquide is wereldleider in gassen, technologieën en dienstverlening voor de industrie en de gezondheid. De Groep is actief in 80 landen, telt ongeveer 68.000 medewerkers en staat ten dienste van meer dan 3 miljoen klanten en patiënten\*. Zuurstof, stikstof en waterstof zijn kleine moleculen die essentieel zijn voor het leven, de materie en de energie. Ze belichamen het wetenschappelijke werkterrein van Air Liquide en staan sinds 1902 centraal in de activiteit van de Groep.

Air Liquide koestert de ambitie om een voortrekker in zijn sector te zijn, om op de lange termijn te presteren en om bij te dragen aan een duurzamere wereld. Zijn klantgerichte transformatiestrategie mikt op een rendabele groei op de lange termijn. Die groei wordt onderbouwd door een operationele uitmuntendheid en kwalitatieve investeringen, alsook door een open innovatie en een netwerkorganisatie die de Groep op wereldschaal heeft uitgezet. Dankzij de inzet en de vindingrijkheid van de medewerkers als antwoord op de uitdagingen die inherent zijn aan de energie- en milieutransitie, aan de gezondheid en de digitale transformatie, creëert Air Liquide nog meer waarde voor alle stakeholders.

De omzet van Air Liquide bedroeg in 2015 16,4 miljard euro. De oplossingen voor de bescherming van het leven en van het leefmilieu vertegenwoordigen meer dan 40% van de verkopen. Op 23 mei 2016 rondde Air Liquide de overname van Airgas af, waarvan de omzet voor het fiscale jaar 5,3 miljard dollar (ongeveer 4,8 miljard euro) bedroeg per 31 maart 2016. Air Liquide is beursgenoteerd op Euronext Paris (compartiment A) en is opgenomen in de indexen CAC 40 en Dow Jones Euro Stoxx 50

\*Na de overname van Airgas op 23 mei 2016