



Communiqué de presse, 17 juin 2010

La Poste devient bpost

Après 10 ans de changements majeurs et à quelques mois de la libéralisation totale du marché postal, La Poste change de nom. La Poste devient bpost. Le logo et l'identité visuelle et graphique de l'entreprise sont eux aussi modernisés. Le changement sera introduit graduellement à partir de septembre.

Johnny Thijs, CEO de La Poste, et Inge Vervotte, Ministre de la Fonction publique et des Entreprises publiques, commenteront aujourd'hui le changement de nom et de logo à l'occasion d'une conférence de presse donnée au siège de l'entreprise.

Ces dernières années, l'entreprise a été transformée de fond en comble. Des dizaines de projets de changement ont été mis sur pied afin d'améliorer la qualité du service et l'efficacité des processus opérationnels de l'entreprise. La culture d'entreprise aussi a radicalement évolué, une plus grande orientation client et une compétitivité de l'entreprise accrue.

Tout comme l'entreprise, le marché postal connaît aussi une véritable révolution. Plusieurs segments considérables du secteur postal ont été libéralisés au cours des dernières années. À partir de 2011, le dernier pan du monopole tombera et le marché sera totalement ouvert à la concurrence en Belgique et en Europe. Grâce aux nombreux projets de changement mis en œuvre ces dernières années, La Poste est prête pour le grand rendez-vous du 1^{er} janvier prochain.

À présent, La Poste estime que le temps est venu de montrer clairement que la nouvelle poste est bien là. L'entreprise opérera donc bientôt sous un nouveau nom et avec un logo modernisé.

La Poste devient :



Johnny Thijs explique : « *Le nouveau nom reflète bien nos deux caractéristiques de base : nous sommes et restons une entreprise postale, solidement ancrée dans notre marché national. Par ailleurs, nous porterons désormais un seul nom qui nous distinguera également sur le plan international.* »



Johnny Thijs insiste sur le fait que ce renouvellement du nom et du logo ne constitue pas une rupture avec la riche histoire de l'entreprise, mais s'inscrit dans le prolongement de la profonde évolution qu'elle a connue ces dernières années. C'est pour cette raison qu'il a été choisi de maintenir dans le logo des éléments connus de tous tels la couleur rouge et le cor postal, mais sous une forme modernisée et rajeunie. La nouvelle identité visuelle et graphique reflète la culture moderne qui a pris forme au sein de l'entreprise.

La ministre Inge Vervotte déclare : *« C'est le couronnement des grands efforts de changement fournis au cours des dernières années. Tous les collaborateurs ont travaillé dur pour préparer l'entreprise à l'avenir. En choisissant ce nouveau nom et ce logo modernisé, bpost se tourne résolument vers demain. »*

L'apparition du nouveau logo sur plus de 1.000 bâtiments, quelque 6.000 véhicules opérationnels, sur les boîtes aux lettres et les uniformes, se déroulera très progressivement et commencera dès septembre.

Les filiales Speos et Certipost conservent leur nom, mais leur logo sera adapté. Le nom Taxipost sera également maintenu, tandis que Belgian Post International deviendra bpost international. Les produits et services pour les entreprises seront offerts sous un nouveau nom : bpost business. La question d'une éventuelle adaptation du nom Banque de La Poste (qui est une joint-venture), est à l'examen.

Pour les journalistes : la conférence de presse de Johnny Thijs et de la ministre Inge Vervotte a lieu aujourd'hui à 10h30 au siège social, Centre Monnaie, 1000 Bruxelles. (Métro : De Brouckère, parking : Monnaie).