

## AIR LIQUIDE SE TRANSFORME ET ÇA SE VOIT

Après l'acquisition d'Airgas et le lancement du programme d'entreprise NEOS pour la période 2016-2020, Air Liquide change son identité visuelle avec un nouveau logo et lance sa campagne de marque avec Havas Paris.

Baptisée **#AirLiquidesetransforme**, cette campagne de communication multicanale a pour ambition de nourrir une image de leader expert et innovant, proche de ses parties prenantes et ouvert sur le monde. Elle met l'accent sur le digital et les réseaux sociaux pour parler aux parties prenantes du Groupe. La campagne est composée d'un film de marque (1,30" ou 5x20"), d'une campagne print, display et réseaux sociaux. Elle sera visible en France et à l'international à partir du 16 janvier.

La campagne raconte avec simplicité et malice comment Air Liquide répond désormais aux enjeux de la transition énergétique, de la santé et d'un monde plus numérique.

Imaginé par Havas Paris sous la direction créative de Ludovic Ténart, le film de marque met en scène des collaborateurs dans un décor qui mêle images réelles et illustrations animées pour évoquer avec poésie la transformation du Groupe..

Ludo Ténart, directeur de création : *« C'est un film à la fois très simple et très ambitieux, au fond très Air Liquide. La prouesse c'est le ton de ce film, sa sincérité, c'est la petite voix intérieure que l'on entend. »*

Dans la campagne print (4 visuels), on découvre un Air Liquide qui avoue avoir *« bien grandi cet hiver »* pour évoquer sa nouvelle dimension, se dit *“encore jeune conducteur”* lorsqu'il s'agit des nouvelles énergies pour la mobilité propre, qui *« revisite ses grands classiques »* pour évoquer ses innovations dans les gaz industriels ou qui se veut *« à l'écoute de la santé de ses patients »* avec les nouveaux services de santé connectée.

La campagne comporte également un important volet de communication interne destiné à embarquer les 68 000 collaborateurs du Groupe dans la nouvelle histoire commune. Une appli interne TransformApp a été spécialement conçue sur un registre ludique et interactif, afin de faire de la transformation l'affaire de tous au sein du Groupe.