

## Alstom revela su nueva identidad de marca: *mobility by nature*

**11 de julio de 2019** – La marca Alstom, su definición, firma y expresión visual están evolucionando para reflejar la nueva visión del Grupo: "Ser el referente mundial e innovador para una movilidad inteligente y sostenible".

La nueva firma de Alstom será "mobility by nature"

**ALSTOM**  
• mobility by nature •

Este eslogan es el resultado de una encuesta interna en la que participaron más de 2,500 empleados con diferentes propuestas. El nuevo claim reemplazará al actual "Designing Fluidity" y estará acompañado de una completa renovación de la identidad visual de Alstom. Tanto el nuevo eslogan como la nueva identidad corporativa se empezarán a aplicar a partir de octubre de 2019.

En el siguiente vídeo encontrarás la primera aplicación de esta nueva identidad:

[VER VIDEO](#)

"Con este nuevo eslogan queremos destacar dos mensajes. En primer lugar, el hecho de que hoy somos una referencia en el campo de la movilidad. En segundo lugar, reafirmamos nuestro compromiso con la movilidad sostenible. Refleja perfectamente quiénes somos y la nueva identidad visual nos permitirá aportar coherencia y modernidad en la forma en que nos expresamos", destaca Bruno Tourne, Vicepresidente de Comunicación de Alstom.

La renovación de la identidad de Alstom se ha desarrollado en colaboración con [Saguez & Partners](#) (expresión visual) y [Le Septième Bureau](#) (video de marca). La música ha sido desarrollada por la agencia de sonido Start-Rec e interpretada por [Caesaria](#).