



10.10.2011 - 11:10 Uhr

Le TCS annonce la couleur!



Bern (ots) -

Le futur du plus grand Club de la mobilité sera jaune! Avec sa nouvelle identité visuelle, le TCS inaugure le concept de marque ombrelle et exprime ainsi sa volonté d'expansion pour la prochaine décennie.

Depuis sa fondation, en 1896, le TCS a su adapter son fonctionnement pour répondre aux besoins de ses membres. De la lointaine association de cyclistes, le TCS est devenu l'organisation leader de la mobilité en Suisse. "Le Club entend poursuivre son évolution en améliorant ses prestations dans plusieurs domaines, tout en regroupant sous l'ombrelle TCS les produits et prestations qui en ont fait le succès" a déclaré Bruno Ehrler, directeur général, lors de la présentation de la nouvelle identité visuelle. En ce sens, la nouvelle identité visuelle marque une étape clé dans la volonté d'expansion du TCS, qui se base sur trois vecteurs de croissance.

Tout d'abord, le choix de la couleur jaune symbolise l'attachement du Club à sa première mission: l'assistance. Connues par tous, les voitures de Patrouille arborent cette couleur depuis 1957. En adoptant le jaune dans sa nouvelle identité visuelle, le TCS donne donc un signal d'attachement à sa mission première qu'il entend étendre à l'avenir, à l'image de ses clubs partenaires en Europe. D'ailleurs, le premier bilan en matière de conseil médical à distance (ETI-Med) montre que les membres valorisent grandement l'activité du TCS lorsque celui-ci les accompagne de la prise en charge jusqu'à la résolution de leur problème.

Les valeurs retenues pour animer les prestations du TCS se traduisent par la volonté de développer des prestations de proximité, directement accessibles par nos membres. Grâce à sa structure fédéraliste, le TCS peut déjà compter sur l'engagement de ses 24 Sections pour fournir des prestations au niveau régional. C'est donc dans la proximité avec ses membres que le TCS entend trouver un vecteur important de croissance à l'avenir. Que ce soit au niveau de ses infrastructures ou des prestations offertes, le TCS va se rapprocher du terrain pour être plus présent, au quotidien, pour tous les thèmes qui touchent à la mobilité.

L'engagement du TCS en faveur de la sécurité routière a contribué à l'amélioration des conditions de circulation en Suisse. C'est en considérant l'ensemble des facteurs à même de causer des accidents que le TCS a réussi à imposer une vision progressiste et volontariste en la matière. En introduisant l'éducation routière chez les tous petits, la formation 2-phases et les cours de perfectionnement pour tous les âges, le TCS est devenu le seul acteur en

mesure d'offrir une formation appropriée du plus jeune âge jusqu'aux seniors. A l'avenir, le club entend élargir ultérieurement son offre de formation pour compléter son programme d'introduction et de perfectionnement à la conduite.

En regroupant ses différents produits sous la marque ombrelle TCS, -un concept développé avec l'entreprise de conseil Brand:Trust, -le Club veut améliorer la perception d'une association engagée avec passion pour ses membres. Un engagement qui se base sur l'expertise, la compétence et l'indépendance de ses collaborateurs. Un engagement qui se traduit aussi par des prestations fiables, disponibles partout de façon homogène et qui apportent des solutions concrètes en matière de mobilité.

Visuellement, la nouvelle image de marque du TCS, élaborée en collaboration avec l'agence NOSE Design, sera introduite en plusieurs étapes jusqu'en 2013. Tous les produits et prestations sont concernés par cette nouvelle identité visuelle qui sera déclinée progressivement sur tous les supports de communication et de marketing ainsi que les immeubles du TCS. Tous les centres techniques, les campings, les centres de formation, les points de contact des Sections adopteront un nouvel habillage et une présentation uniforme afin que les membres puissent immédiatement identifier leur Club.

Histoire du logo TCS Depuis 1896, année de fondation du Club, le logo du TCS a subi plusieurs évolutions graphiques tout en conservant sa forme ronde et son écusson suisse. A ses origines, les rayons d'une roue de vélo, ornés d'un edelweiss, faisaient honneur aux cyclistes fondateurs, réunis pour développer en Suisse le cyclo-tourisme.

Dès les années 30, avec le développement du marché automobile et l'évolution des pratiques en matière de mobilité individuelle motorisée, le Club diversifie ses activités, devenant le principal Club au service des automobilistes. Ces changements ont fortement contribué à une mutation plus fondamentale du logo: un volant s'est graduellement substitué à la roue de vélo et au symbole des Alpes suisses, laissant la place aux trois lettres connues de tous.

La couleur bleue apparaît bien des années plus tard. Le logo arbore peu à peu des reflets plus métalliques, en 2D d'abord, puis en 3D.

A l'occasion du centenaire du Club, en 1996, le logo traditionnel du TCS se modernise, dans le cadre de l'introduction d'une nouvelle identité visuelle.

En 2011, le logo prend une allure plus moderne grâce à un travail de mise en relief du cercle métallique et un traitement plus fin de la lumière et des couleurs. Associé à un fond jaune sur tous les supports de la marque, le nouveau logo est synonyme de solidité et de modernité.

Contact:

Moreno Volpi, porte-parole du TCS, 022 417 27 16, 078 707 71 28,
moreno.volpi@tcs.ch

Les images du TCS sont sur Flickr -

www.flickr.com/photos/touring_club/collections

Les vidéos du TCS sont sur Youtube - www.youtube.com/tcs

Medieninhalte

