

## Logo relooké et nouvelle signature de marque : un brillant coup de polish pour Rent A Car, le leader français de la location de proximité !

Le groupe Rent A Car, leader français de la location de véhicules sur le marché de courte durée de proximité, dynamise son image en dévoilant sa nouvelle identité visuelle, la 4<sup>e</sup> évolution depuis sa création en 1997. Plus épurés, plus modernes, ces nouveaux logo et baseline ne renient en rien les fondamentaux qui ont fait le succès de la marque et véhiculent mieux encore les valeurs auxquelles elle reste attachée depuis plus de 20 ans : proximité clients, simplicité de service et bon rapport qualité/prix. Décryptage des choix qui ont régi ce relooking opéré dans les règles de l'art !

Une identité redynamisée et plus graphique pour un acteur de référence

### Rent A Car capitalise sur ses marqueurs identitaires



Ancien logo



Nouveau logo

Rent A Car a conservé deux éléments forts de son identité graphique.

D'une part, la dominante reste le bleu, couleur identitaire de la marque sur le marché de la location de véhicules. Néanmoins, l'effet de reflet a disparu au profit d'une teinte bleutée plus vive et d'un flat design plus moderne. Le bleu cohabite avec les tonalités blanche et rouge, elles-mêmes conservées.

D'autre part, le cartouche dans lequel est enchâssé le logo typographique de la marque et qui la met en valeur, demeure.

Exit, en revanche, l'inclinaison et le caractère anguleux de la police et du cartouche, à la faveur d'une police d'écriture et de contours adoucis, par l'usage de l'arrondi.

### Un logo et une signature qui reflètent les valeurs de Rent A Car

Le slogan "Louez au meilleur prix, près de chez vous" laisse place à une formule raccourcie et plus percutante "+ proche, - cher", tout en s'inscrivant dans la droite ligne des combats si chers à Rent A Car, que sont l'ancrage au cœur des villes et le bon rapport qualité/prix.

L'usage du "pin" dans lequel se lovent aussi bien la lettre "a" de Rent A Car dans le logo que les symboles "+" et "-" de la base line, vient souligner de plus belle une autre valeur, celle de la proximité, particulièrement centrale dans le savoir-faire métier et les préoccupations de Rent A Car.

Simple mais pas simpliste, efficace et clair : cette nouvelle identité a été pensée pour refléter les autres valeurs cardinales de la marque que sont la convivialité, la qualité et la flexibilité.

**+ P R O C H E , - C H E R**

## Un déploiement du nouveau logo bien orchestré

Cette nouvelle identité visuelle est d'ores et déjà largement affichée sur de nombreuses enseignes et vitrines des agences Rent A Car, avec un objectif d'harmonisation d'ici juin 2018.

Par ailleurs, elle habille déjà non seulement les véhicules utilitaires du réseau, mais également les nouvelles "Freelocs", les citadines louables pour 19 € par jour seulement, le produit d'image phare de Rent A Car très prisé du grand public !

Autant de publicités ambulantes et d'outils de street marketing imparables pour faire connaître ce nouveau logo auprès du grand public, à vitesse grand V !

Enfin, cette nouvelle charte graphique s'applique à l'ensemble des outils de communication de Rent A Car, à commencer par son site internet [www.rentacar.fr](http://www.rentacar.fr)



Cette nouvelle identité visuelle est un marqueur fort du développement de Rent A Car, qui trace sa route et se taille la part du lion depuis de nombreuses années, avec un chiffre d'affaires de 122 M€ réalisé en 2017, le plus important du secteur sur son segment de marché.

Ce logo relooké et cette nouvelle signature de marque, réussissent l'exercice de l'évolution sans rien renier de notre ADN et des valeurs qui font le succès de Rent A Car.

"+ proche, - cher" : tel est le credo de nos équipes engagées sur le terrain et qui travaillent, quotidiennement, à satisfaire les besoins de mobilité de nos clients !

**Anne-Catherine Péchinot, Directeur Général Délégué de Rent A Car**

### A propos de Rent A Car

Réseau français, le groupe Rent A Car est le leader de la location de proximité de courte durée dans l'Hexagone, avec le chiffre d'affaires le plus important du marché et la 1<sup>re</sup> marque en notoriété spontanée sur son segment d'activités\*.

Fidèle à sa signature de marque "+ proche, - cher", Rent A Car est un acteur clé de la vie locale : 850 collaborateurs travaillent au sein de ses 360 agences (succursales et franchises), implantées majoritairement en centre-ville et en périphérie, réparties en France et DROM.

Rent A Car met à la disposition de ses clients particuliers comme professionnels, une large gamme de véhicules de tourisme et utilitaires. Le groupe leur propose depuis plus de 20 ans des services innovants pour répondre à leurs besoins de mobilité qui ne cessent d'évoluer dans un marché en pleine mutation : "Freeloc à 19€/jour", "mobilité sans permis", "Aller Simple", "Solution Pro", "Offre VTC"...

\*Rent A Car est le premier loueur de courte durée de proximité, en notoriété spontanée "top of mind". Etude institut GMV pour le CNPA, janvier-novembre 2017.