



## SAINT-GOBAIN REINVENTA SUA MARCA

**São Paulo, de junho de 2016** – A Saint-Gobain lança o seu novo logotipo e posicionamento de marca. Esse é o momento do Grupo se reinventar para se tornar mais visível nos mercados da construção civil e industriais e de expressar, numa marca mais forte, sua expertise, capacidade de inovação e diversidade de materiais e soluções que oferece aos seus clientes e, particularmente, ao consumidor final, cujo poder de decisão e de recomendação cresce a cada dia, incentivado pelas tecnologias digitais.

O novo logotipo propôs uma nova interpretação da "ponte" que simbolizou o Grupo durante mais de 40 anos e é completado por um horizonte (skyline) em movimento que ilustra o território da marca Saint-Gobain focado nos lugares onde vivem e convivem as pessoas. As suas cores quentes e vibrantes criam uma conexão mais emocional com os públicos.

Esse logotipo reflete o novo posicionamento da marca e sua promessa de: projetar, fabricar e distribuir materiais pensados para o bem-estar de cada um de nós e o futuro de todos. Para Pierre-André de Chalendar, Presidente e CEO da Saint-Gobain, *"os nossos materiais e soluções contribuem para melhorar o conforto das pessoas no seu dia a dia, onde quer que elas vivam, trabalhem e viajem, e ao mesmo tempo ajudam a preservar o planeta para as gerações futuras. Para nós, o bem-estar e a sustentabilidade são complementares: são os dois lados da mesma moeda."*

Com essa nova marca, a Saint-Gobain quer reforçar a sua presença na vida diária das pessoas e alavancar seus vários diferenciais: sua expertise em materiais, cultura de inovação, entendimento das necessidades do cliente, bem como sua abertura e responsabilidade. *"Precisamos ser mais visíveis para o consumidor final"*, diz Pierre-André de Chalendar. *"Hoje, as marcas fortes são aquelas que demonstram o valor que elas trazem para as pessoas. Eu quero que todos saibam o que é a Saint-Gobain e qual é a nossa contribuição na vida diária das pessoas."*