

## **Les acteurs des télécoms vivent une époque passionnante où le monde évolue à grande vitesse.**

Avec l'importance de plus en plus grande prise par les logiciels, la transformation des réseaux, le multimédia et les services professionnels, ils sont en train d'opérer un virage vers la technologie IP qui ouvrira dans la foulée de nombreuses opportunités nouvelles.

C'est dans cette optique que le blog d'Ericsson France (<http://blogs.ericsson.com/fr>) a choisi d'adopter à son tour une nouvelle maquette qui vise à refléter la nouvelle aventure à travers les réseaux sociaux francophones.

Ericsson a toujours été une entreprise au cœur des mutations technologiques du secteur des télécoms. La culture interne de l'entreprise s'est forgée depuis longtemps autour des valeurs d'innovation et de la capacité à mettre cette innovation au service de ceux qui travaillent avec Ericsson et de ceux qui en bénéficient au quotidien.

Durant ces dernières décennies, Ericsson a été par exemple un leader proactif en matière de connectivité voix et de réseaux mobiles GSM et 3G. Aujourd'hui, l'entreprise entend avec le haut débit, la mobilité, la convergence des réseaux, jouer un rôle fondamental dans le monde tout communicant de demain, qu'il soit LTE ou fibre optique !

Dans ce contexte qu'Ericsson repositionne progressivement sa marque. Depuis le 23 septembre, le lancement de la nouvelle identité visuelle du site Internet institutionnelle marque une première étape pour véhiculer la nouvelle stratégie de marque. Celle-ci repose sur la vision suivante : innover pour favoriser l'autonomie des individus, des entreprises et de la société et leur donner ainsi les moyens de transformer leurs vies et le monde qui les entoure. A chaque seconde, partout sur la planète, Ericsson souhaite jouer un rôle décisif et animer le changement sur les marchés où il est présent. Cette vision se matérialisera également dans les méthodes de travail et les pratiques commerciales.

Loin d'être un simple toilettage de l'identité corporate, cette évolution s'inscrit pleinement dans les challenges que l'entreprise doit relever et vise à lui assurer un impact plus fort en termes de communication, autant auprès des employés que des publics externes. Il ne s'agit pas de changer pour changer mais avant tout de s'inscrire dans une nouvelle perspective où l'innovation, le développement durable, la performance des réseaux sont les atouts clés du monde de demain et au final, d'être perçu comme l'entreprise sachant répondre à la nouvelle donne.

Pour en savoir plus sur la stratégie de la nouvelle marque, visitez le nouveau site corporate : <http://www.ericsson.com> . Vous pouvez également regarder l'interview de Cesare Avenia, récemment nommé "Chief Brand Officer" pour le groupe Ericsson (en anglais) : <http://www.youtube.com/watch?v=SyrEkxAjoUc>

**Adresse du blog Ericsson France :** <http://blogs.ericsson.com/fr>