



« We're the Intralogistics Pioneers » Jungheinrich lance une campagne de marque mondiale avec l'ambassadeur de la marque Nico Rosberg

Communiqué de presse Jungheinrich

Être pionnier – Jungheinrich a cela dans le sang. Depuis près de 70 ans, l'entreprise de Hambourg développe et produit des solutions d'avenir pour l'intralogistique.

Désormais, elle emprunte de nouveaux chemins également dans le domaine du marketing.

« En tant que marque de tradition, nous devons sans cesse nous réinventer et promouvoir les innovations. Cela est valable non seulement pour nos produits, mais aussi pour la communication de notre marque. C'est pourquoi nous misons pour la première fois sur une campagne purement numérique que nous menons simultanément sur cinq continents », explique Linda Duffy, vice-présidente marketing chez Jungheinrich.

En point de mire : esprit de pionnier et personnalité authentique de la marque

La campagne numérique avec comme slogan « We're the Intralogistics Pioneers » a pour but d'augmenter la notoriété de la marque Jungheinrich, en particulier auprès des groupes de clients ayant une affinité avec le numérique, tout en présentant Jungheinrich comme un employeur innovant et attrayant qui promeut les thèmes d'avenir tels que l'automatisation, l'électromobilité et la durabilité. « Cette campagne montre qui nous sommes et qui nous recherchons : des personnes qui veulent faire bouger les choses et contribuer à façonner l'avenir de l'intralogistique », souligne Linda Duffy. L'ambassadeur de la marque Jungheinrich, Nico Rosberg, y apporte son soutien. L'entrepreneur en développement durable et champion du monde de formule 1 en 2016 est le co-fondateur de Greentech Festival, une plate-forme mondiale pour les technologies d'avenir. « Nico est friand de thèmes innovants et visionnaires. Tout comme nous. Ensemble, nous voulons utiliser notre esprit de pionnier et communiquer encore plus fortement nos idées pour l'entrepôt durable du futur. Jungheinrich est la marque du futur dans le domaine de l'intralogistique et nous voulons la positionner en tant que telle ». Pour ce faire, Jungheinrich mise délibérément sur son propre personnel : « Les collaboratrices et collaborateurs du monde entier sont des multiplicateurs importants qui échangent quotidiennement avec les clients et les nouveaux talents potentiels et qui donnent vie à notre promesse de marque », déclare Linda Duffy.



« We're the Intralogistics Pioneers » – Jungheinrich lance une campagne de marque mondiale avec l'ambassadeur de la marque Nico Rosberg

Communiqué de presse Jungheinrich

Orienter la marque vers des thèmes d'avenir

En conséquence, les thèmes tels que la durabilité, les technologies d'entraînement efficaces et respectueuses de l'environnement ainsi que la mise en réseau intelligente et l'automatisation des processus de stockage sont au cœur de la campagne. Le rôle de pionnier de Jungheinrich au sein du secteur de l'intralogistique dans la technologie lithium-ion, sa vaste compétence en matière d'électromobilité et de systèmes énergétiques intégrés, tout comme les solutions IA tout autour de l'entrepôt ou de la gestion de flotte, soulignent le savoir-faire de Jungheinrich en matière d'innovation et de durabilité.

« La durabilité est profondément ancrée dans la culture d'entreprise de Jungheinrich », souligne Linda Duffy. « L'utilisation responsable de nos ressources nous tient à cœur. Nous voulons donner des impulsions, sortir des sentiers battus et tenter de nouvelles choses. C'est justement cet esprit-là qui est véhiculé par la campagne Intralogistics Pioneers ».

À propos de Jungheinrich

En tant que l'un des principaux fournisseurs mondiaux de solutions intralogistiques, Jungheinrich stimule depuis plus de 65 ans le développement de produits et de solutions innovants et durables pour le flux de marchandises. Jungheinrich, dont le siège social se trouve à Hambourg (Allemagne), est une entreprise familiale qui s'est fixée pour objectif de concevoir l'entrepôt de l'avenir. En 2021, Jungheinrich et ses 19 000 employés ont réalisé un chiffre d'affaires de € 4,24 milliards. Le réseau mondial de l'entreprise englobe 13 sites de production et 40 propres sociétés de service après-vente et de distribution. L'action Jungheinrich est cotée au sein du SDAX.

Pour plus d'informations et de renseignements, veuillez contacter :

Kathy Vervaeke - Marketing Executive
Tél. +32 495 58 50 66
kathy.vervaeke@jungheinrich.be

JUNGHEINRICH