



Communiqué de Presse
Paris, le 30 septembre 2016

Marcel se refait une beauté

Après 2 ans d'activité à Paris et en Ile-de-France et une levée de fonds réussie avant l'été, Marcel, plateforme de réservation de VTC, dévoile sa nouvelle identité visuelle. Une refonte totale de son environnement graphique qui marque l'ouverture d'un tout nouveau chapitre pour la start-up montante du transport de personnes.

Marcel : une marque attachante

Le nom « Marcel » donnée à la start-up de VTC rend hommage au prénom-patrimoine français ainsi qu'à l'expression née lors de l'enregistrement de la célèbre chanson de Jacques Brel, « Vesoul ». Une véritable invitation à donner le meilleur de soi et à se dépasser, dans un registre humoristique un peu décalé.

C'est cet humour et les valeurs volontaristes et civiques véhiculées par la marque, auxquels les clients se sont véritablement attachés, que Marcel a souhaité conserver en ne changeant pas de nom. Marcel, c'est à la fois l'entreprise, le service, un « personnage » qui représente les collaborateurs et les chauffeurs, tous ceux qui contribuent à la vie et au développement de l'entreprise et qui se reconnaissent dans « **l'esprit Marcel** ». Une « pépite », aussi, qui offre de nombreuses possibilités créatives.

La refonte de l'identité visuelle comme nouveau chapitre



Le nouveau logo raconte le métier de Marcel : la mobilité simplifiée. Le signe « m » évoque la trajectoire et rebondit sur le spot, qui incarne la destination et constitue l'un des piliers de l'identité graphique.

Marcel remet par ailleurs son vert identitaire au goût du jour en adoptant **un vert menthe lumineux plus actuel**, associé à un gris-bleu sombre qui apporte du statut à la marque.



Autre élément fondamental de la nouvelle identité graphique, l'illustration au trait raconte **la ville, « terrain de jeu » de Marcel**. Qu'il s'agisse du tourisme avec l'Arc de Triomphe ou du business avec la représentation de La Défense, Marcel y agit et y déploie les différentes composantes de son offre. Les notions de réseau et de fluidité qui se dégagent de cette illustration symbolisent également avec élégance le maillage territorial de Marcel avec ses 1000 chauffeurs.

Avec ces éléments de base très simples, Marcel pose un univers utile et minimaliste en phase avec son écosystème digital.

Rivière Lelaurin, Directrice Marketing & Communication de Marcel, explique : *« à l'occasion des deux ans de Marcel, cette nouvelle identité nous permet de consolider notre projet d'entreprise et de formaliser l'identité de notre marque, notre vision du métier ainsi que notre mission. Nous avons à cœur d'accomplir un projet représentatif de ce qui constitue le génome de Marcel. La touche humoristique, fraîche, et légèrement décalée du nom est développée et enrichie dans ce nouveau territoire – qui comporte également une dimension verbale, destinée à poser un style et un ton propre à nos prises de parole. Enfin, nous avons à cœur de transmettre nos espoirs dans l'évolution de la mobilité urbaine, l'idée que nous nous faisons de la ville de demain, qui est résolument positive et optimiste. Ce territoire est un cadre de référence pour bâtir notre stratégie marketing ».*

Marcel a procédé à la refonte de son identité visuelle en équipe « commando » et sans l'aide d'une agence spécialisée, afin d'optimiser ses coûts, tout en restant néanmoins très ambitieux sur la profondeur du message véhiculé et sur la qualité graphique.

L'ensemble des outils Marcel (communications, réseaux sociaux, site internet, application mobile...) « rebrandés » seront rendus publics le 30 septembre 2016.

Téléchargez les éléments de la nouvelle identité visuelle de Marcel en suivant ce lien : [[LIEN](#)]

Retrouvez Marcel sur www.marcel.cab, [iPhone ou Android](#), [Facebook et Twitter](#), ou au 0 892 230 300*.

A propos de Marcel

Marcel est une plateforme de réservation de VTC en Ile-de-France accessible 24h/24 et 7J/7, à l'avance comme en immédiat, qui optimise les flux et propose des prix réduits pour les réservations à l'avance. Ce service de transport innovant participe à la démocratisation du transport urbain et à la réduction nécessaire du nombre de véhicules personnels en ville. Marcel s'appuie sur un réseau de plus de 1000 chauffeurs affiliés, sélectionnés par l'entreprise sur des critères de sécurité, de fiabilité et de savoir-être. En juin 2016, Marcel boucle une levée de fonds de 1 million d'euros auprès d'Armonia, leader européen du multiservices en entreprise.



CONTACTS PRESSE : Open2Europe - www.open2europe.com

Camille Penven

01 55 02 14 65

c.penven@open2europe.com

Laurence Ducret

01 55 02 15 04

l.ducret@open2europe.com