

l'Officiel des transporteurs

www.wk-transport-logistique.fr

■ RÉSEAUX **POLE** SE MET À LA PUBLICITÉ ■ MAUFFREY (88) 600 STRALIS D'UN COUP ■ COMPTE PÉNIBILITÉ DANS L'ATTENTE DES DÉCRETS ■ **BOOMERANG** (69) UN OPPORTUNISME QUI PAIE ■ **MERCEDES** EURO 6 POUR COLLECTE ET DISTRIBUTION

**ACCIDENTALITÉ ET PRÉVENTION
DU RISQUE ROUTIER**

CE QUE PRÉPARE LE GOUVERNEMENT

N° 2741 du 6 juin 2014 - 7,35 Euros - ISSN - 1259-2439



ÉCOTAXE RÉACTIONS DES UNS ET DE L'OTRE

POLE (45)

Le réseau prend la parole dans les médias

Pole s'offre une première campagne de pub avec un nouveau logo.

A son tour, Pole (Palettes Organisation Logistique Européenne) prend la parole dans les médias. Le réseau présidé depuis 2012 par Catherine Leroux a décidé de s'offrir une première campagne de publicité. Pole s'affiche depuis peu dans la presse économique papier et sur certains supports numériques. Le plan média orchestré par l'agence parisienne Makassar cible la presse industrielle (type *L'Usine nouvelle*), la presse spécialisée TRM — logistique ainsi que des sites internet, bref tous types de supports d'information utilisés par les décideurs et autres managers du monde de l'industrie. Slogan de campagne : « *La performance a choisi son réseau* ». Pour illustrer les notions d'engagement et de solidarité (entre ses membres), la campagne visuelle arbore un mousqueton avec ses quatre ramifications et quatre cordes qui symbolisent les quatre plateformes — « *indépendantes mais connectées* » — reliant les adhérents Pole entre eux. Des plateformes basées à Epieds-en-Beauce (45), Bouglon

→ LE CHIFFRE

+ 1,78%,

c'est, selon le Comité national routier, l'augmentation des coûts de revient à attendre en 2014 pour le transport frigorifique, hors gazole.



(47), Ludres (54) et Genas (69). Par cette campagne d'envergure, qui fera l'objet d'un second jet en septembre, Pole entend s'offrir de la visibilité en direction des chargeurs. Le réseau compte muscler notamment son portefeuille grands comptes. « *Pole existe depuis longtemps. Nous vivions plutôt bien. Mais il nous a paru nécessaire de communiquer en direction de nos clients et d'en conquérir de nouveaux. Nous avons un savoir-faire, il nous faut le faire savoir* », déclare Catherine Leroux. Le réseau a également procédé au toilettage de son identité visuelle avec l'adoption d'un nouveau logo. Son site internet (groupe-pole.com) a également été relifté. Pole revendique le rang de « *premier réseau français de distribu-*

La campagne de publicité doit élargir son audience vers des supports d'autres pays européens.

tion palettes » (840 000 palettes manutentionnées en 2013, selon la direction). Bras armé du groupement Tred Union, le réseau créé en 1997 compte aujourd'hui 55 adhérents. Il s'engage sur des prestations de livraison (nationale) en 24/48 h. Pole s'est également lancé dans la numérisation de ses opérations. « *Notre outil informatique nous permet aujourd'hui d'abandonner le papier. L'ensemble de nos adhérents travaille en gestion économique de documents. Ils utilisent tous le même logiciel et l'ensemble des données informatiques est transmis par EDI* », indique Catherine Leroux. ♦ **S.B.**