

Le 12 mai 2023 à 7h45

À l'aube du trentième anniversaire du Tunnel sous la Manche, Getlink révèle la nouvelle identité de marque de son service de navettes ferroviaires

Eurotunnel Le Shuttle devient LeShuttle



À l'aube du trentième anniversaire de la mise en service du Tunnel sous la Manche par Eurotunnel, Getlink révèle la nouvelle identité de marque de son service pionnier de navettes ferroviaires Passagers et Fret : LeShuttle.

Avec cette nouvelle identité de marque, LeShuttle, Getlink met en œuvre un jalon stratégique de son ambition de croissance basée sur l'orientation client, la qualité de service et une trajectoire solide de réduction d'émissions de gaz à effet de serre.

La nouvelle identité de marque du Shuttle rend explicite pour tous les publics les fondamentaux de son offre de transport simple, rapide et bas-carbone entre le Royaume-Uni, la France et l'Europe.

Marque originelle, Eurotunnel incarne quant à elle l'excellence opérationnelle et l'innovation technologique au service de l'exploitation d'une infrastructure unique au monde, le Tunnel sous la Manche.

L'excellence de l'offre de services proposées aux clients du Shuttle repose sur :

- Un temps de traversée de 35 minutes entre Calais et Folkestone¹ (comparé à 90 minutes pour le ferry entre Calais et Douvres)
- Une fréquence de départs inégalée sur le Déroit et un accueil 24h/24 et 7 jours sur 7.

Cette offre de transport unique entre le Royaume-Uni et l'Europe a été choisie en 2022 par :

- Plus de 2,1 millions de véhicules de tourisme²
- Plus de 1,4 million de camions qui ont traversé la Manche à bord des Navettes représentant 25% des échanges commerciaux entre le Royaume-Uni et le continent.

Alors que les solutions de mobilité sont désormais appréciées au regard de leur impact environnemental, LeShuttle est le mode de traversée du Déroit à plus faible empreinte carbone. Une traversée en voiture via LeShuttle est 73 fois moins émissive en gaz à effet de serre qu'un trajet identique en Ferry.

Yann Leriche, Directeur général de Getlink, a déclaré : " Dans un an, nous célébrerons les 30 ans de la mise en service d'une offre de transport qui a fondamentalement transformé les échanges entre le Royaume-Uni et l'Europe. Nous sommes fiers d'opérer aujourd'hui ce changement d'identité de la marque LeShuttle et d'ouvrir ainsi un nouveau chapitre de l'histoire pour Eurotunnel et le Groupe, centré sur l'innovation au service de l'expérience client et sur la poursuite de notre développement bas-carbone."

¹ En conditions d'exploitation normale

² Comprend voitures, motos, véhicules avec remorques, caravanes, camping-cars et autocars.



A propos du logo LeShuttle et de la campagne publicitaire :

Le spot publicitaire du Shuttle d'une durée de 60 secondes sera diffusé en France dans les cinémas en juin. Il a été réalisé par Jake Scott en collaboration avec Ridley Scott Creative. Jake Scott avait déjà tourné la première publicité d'Eurotunnel lors du lancement du service il y a près de 30 ans. Il s'est tout de suite passionné pour ce projet d'écriture du nouveau chapitre de l'histoire du Shuttle.

La nouvelle identité de marque trouvera un écho particulier auprès des nouvelles générations de voyageurs qui utilisent actuellement les compagnies aériennes et auprès de celles qui sont déjà utilisatrices du train pour leurs voyages sur de courtes distances en Europe.

Le nouveau logo incarne de manière visuelle l'ADN de l'offre du LeShuttle : la rapidité, l'efficacité tout en faisant référence à la prouesse technologique de l'infrastructure du Tunnel sous la Manche. Les formes de lettres allongées se connectent pour montrer le mouvement de l'utilisateur à travers les deux tunnels au cours de son voyage, et les connexions dans le logo expriment la simplicité et l'efficacité avec lesquelles LeShuttle opère, emmenant le passager de France en Angleterre. La palette de couleur est une palette de monochromes fournissant un arrière-plan sophistiqué pour que les palettes secondaires et tertiaires puissent briller. Ainsi l'offre Passagers de l'entreprise se distinguera avec le violet, créé à partir du mélange du rouge et du bleu du logo d'Eurotunnel.

A propos de Getlink

Getlink SE (Euronext Paris : GET) est, via sa filiale Eurotunnel, concessionnaire jusqu'en 2086 de l'infrastructure du tunnel sous la Manche et exploite les services de Navettes Camions et Passagers (voitures et autocars) entre Folkestone (R.-U.) et Calais (France). Depuis le 31 décembre 2020 Eurotunnel développe la frontière intelligente pour que le Tunnel demeure le moyen le plus rapide, le plus fiable, le plus facile et le plus respectueux de l'environnement pour traverser la Manche. Depuis son inauguration en 1994, plus de 481 millions de personnes et 99 millions de véhicules ont voyagé dans le tunnel sous la Manche. Cette liaison terrestre unique qui voit passer 25% des échanges entre le Continent et le Royaume-Uni est devenue un lien vital renforcé par l'interconnexion électrique ElecLink installée dans le Tunnel qui contribue à équilibrer les besoins énergétiques entre la France et le Royaume-Uni. Getlink complète ses services de mobilité durable avec sa filiale de fret ferroviaire Europorte. Engagé en faveur de services « bas-carbone » qui maîtrisent leurs impacts sur son environnement (à travers ses activités le Groupe évite l'équivalent de 1,4 million de tonnes de CO2 par an), Getlink a inscrit au cœur de ses préoccupations la place faite à l'homme, à la nature et aux territoires.

<https://www.getlinkgroup.com>