

## Positive introduit une nouvelle plateforme de marque pour accompagner sa croissance en Europe

- Positive dévoile une nouvelle plateforme de marque et une nouvelle identité visuelle, reflétant son évolution et son ambition à long terme.
- Une architecture de marque plus claire, organisée autour de trois piliers stratégiques, facilite la compréhension et l'adoption des solutions Positive.
- La nouvelle identité, construite autour du symbole de la « spark » (étincelle), incarne la connexion, l'élan et l'impact positif.



Lille, le 9 février 2026 – Positive annonce le lancement de sa nouvelle plateforme de marque et de sa nouvelle identité visuelle, une étape majeure qui reflète l'évolution de l'entreprise, son ambition et sa vision à long terme.

# ↔ Positive

Conçue pour mieux exprimer la raison d'être et le positionnement de Positive, cette nouvelle plateforme de marque soutient l'ambition principale de Positive : aider les organisations à créer des relations plus fortes et plus durables avec leurs clients grâce à des solutions de marketing digital simples, performantes et responsables.

Elle fédère les produits et les équipes de Positive autour d'un récit commun, tout en renforçant l'engagement de l'entreprise en matière de performance, d'accessibilité et de souveraineté numérique européenne.

La nouvelle identité visuelle traduit cette vision à travers un univers graphique moderne et distinctif. Articulée autour d'un logo plus structurant pour la marque, d'une palette de couleurs renouvelée et d'un langage visuel dynamique, elle introduit la « spark » comme symbole central, représentant la connexion, l'élan et l'impact positif que la technologie peut générer lorsqu'elle est mise au service des personnes et des entreprises.

“Cette nouvelle plateforme de marque n'est pas qu'un changement d'apparence ; c'est une véritable déclaration d'intention”

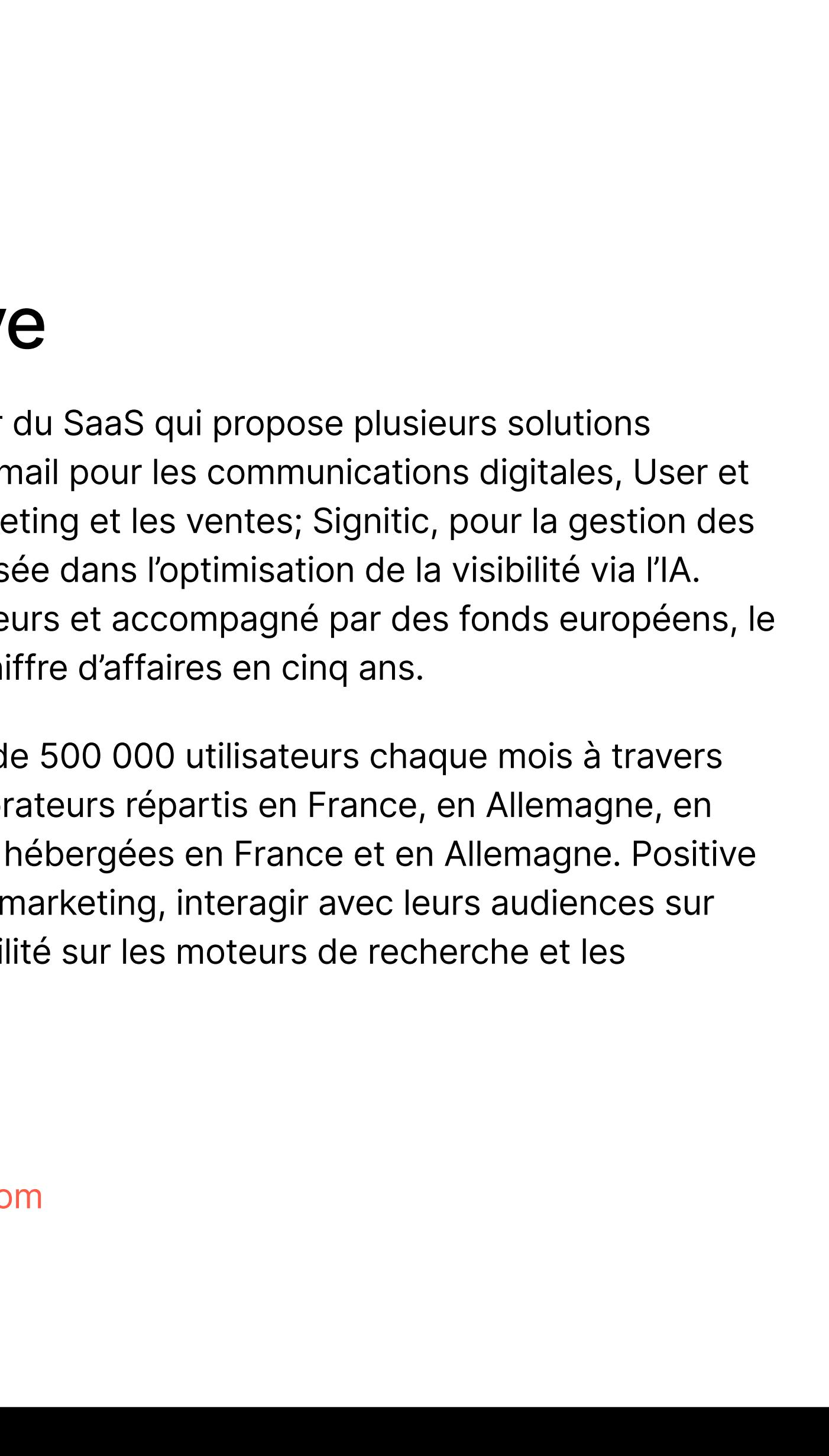
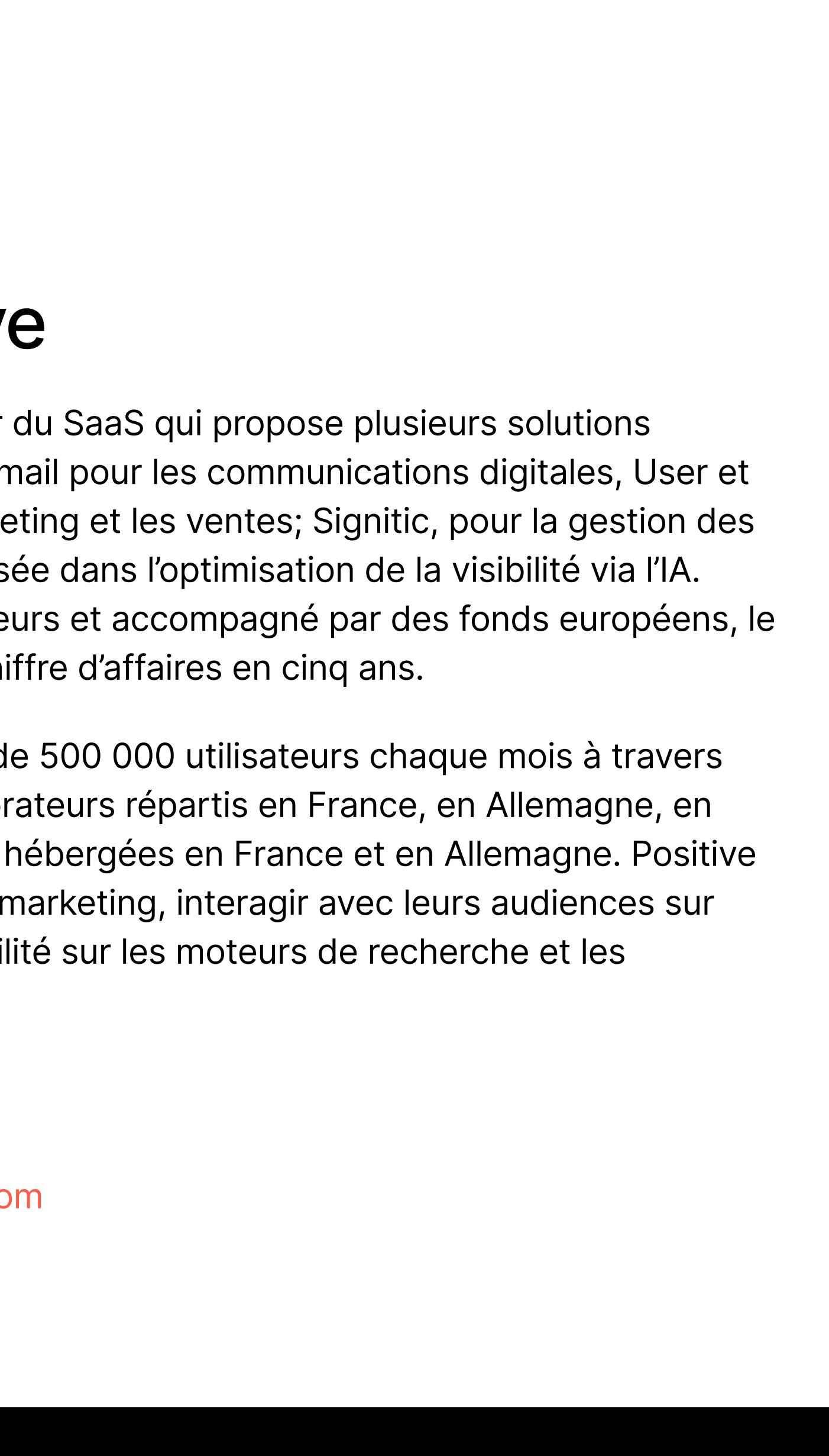
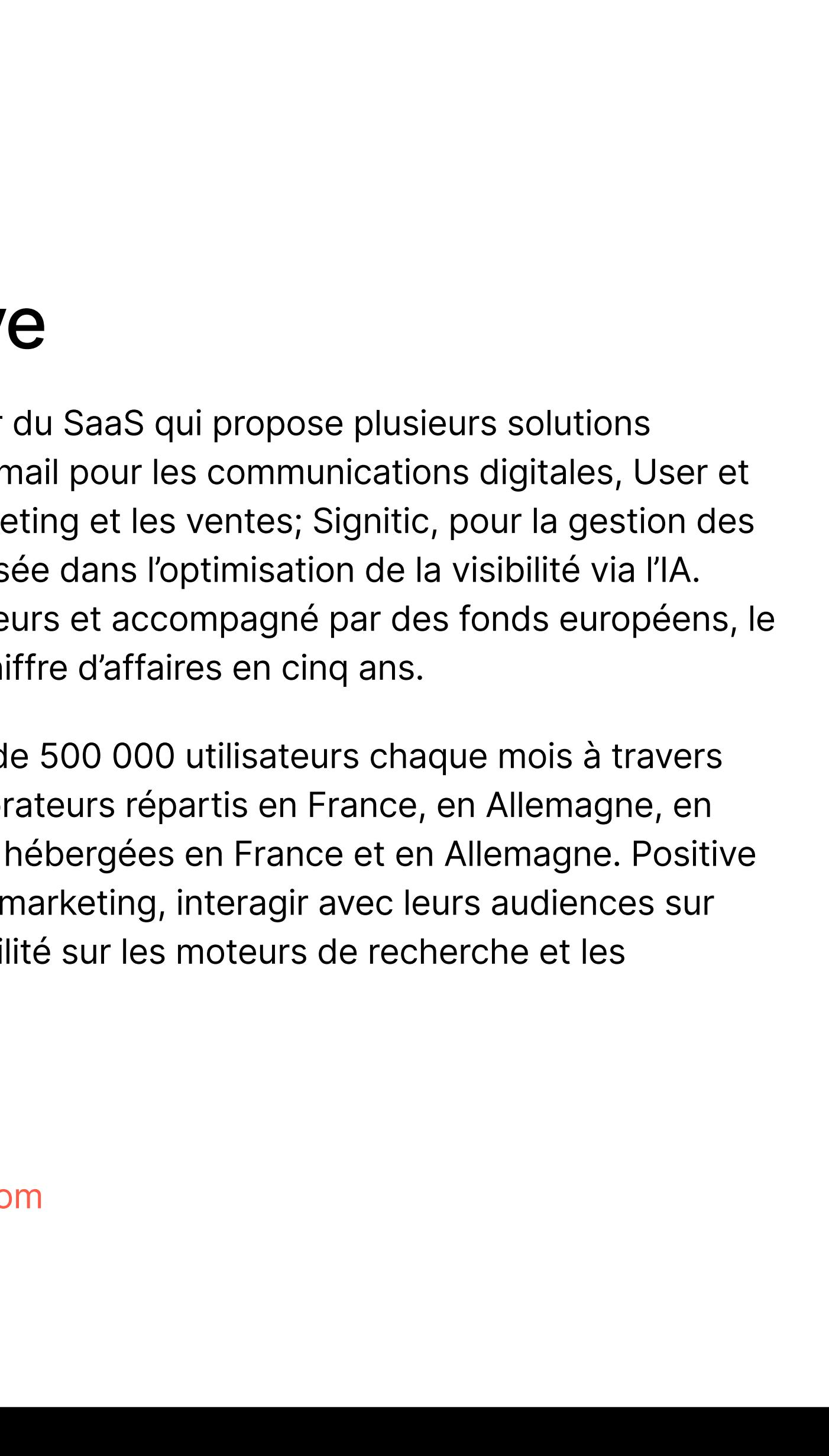
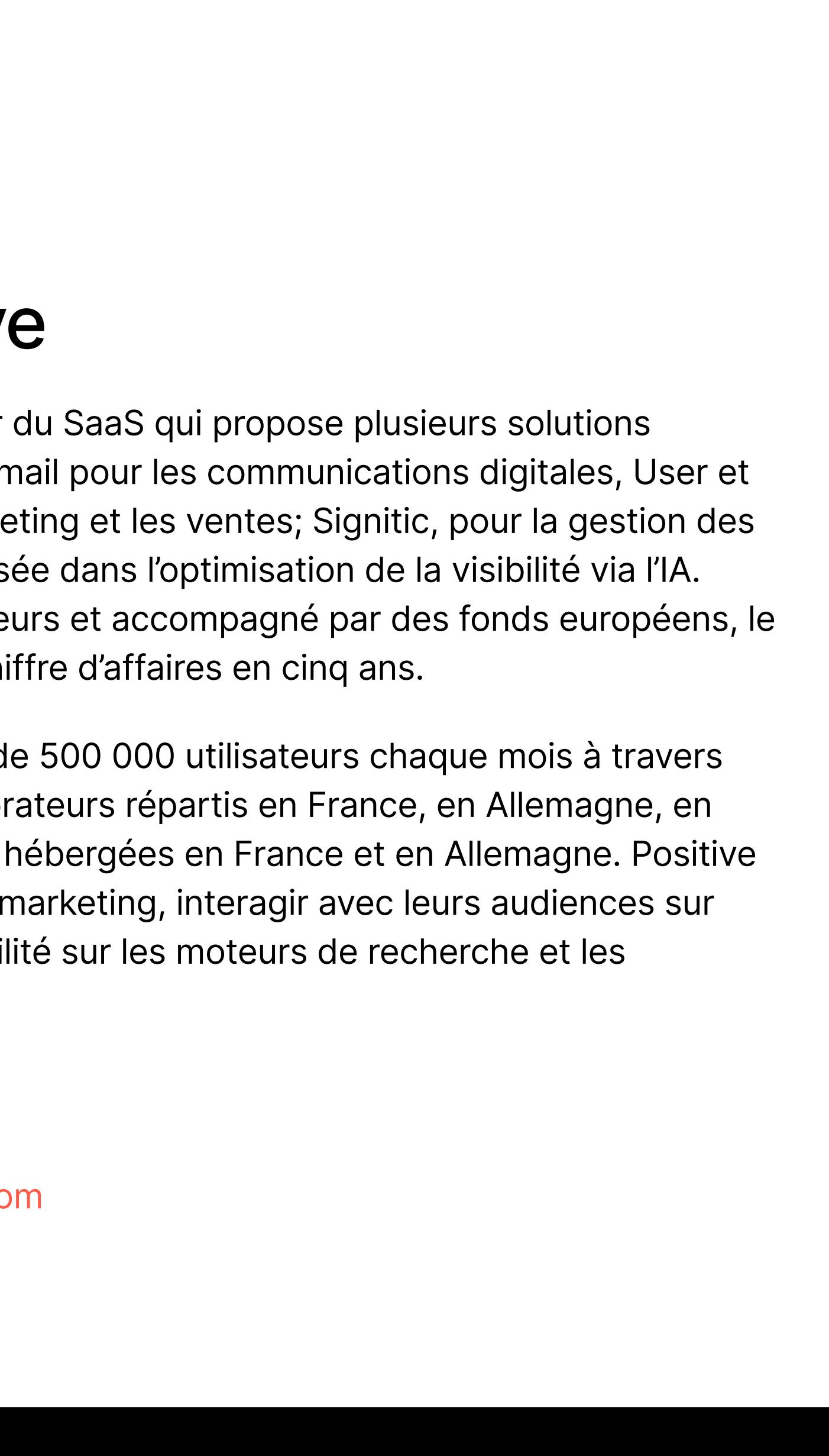
Paul de Fombelle, Directeur Général de Positive

“Elle reflète ce que nous sommes aujourd'hui, ce que nous défendons et la manière dont nous souhaitons accompagner nos clients dans leur croissance. Elle pose également des bases solides et cohérentes pour l'avenir de l'écosystème Positive.”



Cette architecture plus lisible renforce le lien entre la marque Positive et ses produits, tout en simplifiant significativement la manière dont les clients comprennent, adoptent et combinent les solutions Positive au sein d'un écosystème unifié et interopérable.

Dans le cadre de cette évolution, Positive a repensé son architecture de marque afin d'apporter davantage de clarté et de cohérence à son portefeuille de produits. Les solutions de l'entreprise sont désormais structurées autour de trois piliers majeurs, répondant chacun à des enjeux business concrets :



➤ **Contact presse**

Loriane Raimbert

Mail: [loriane.raimbert@positivegroup.com](mailto:loriane.raimbert@positivegroup.com)

Tel: 0602665018

