



25 Février 2022

Le Groupe MTN repositionne sa marque dans le cadre de la stratégie Ambition 2025 visant à créer des plateformes numériques de premier plan pour le progrès de l'Afrique.

MTN, la marque africaine la plus appréciée, procède à un rafraîchissement de sa marque afin de refléter son évolution, passant du statut de fournisseur de télécommunications à celui de première entreprise de technologie numérique d'Afrique. Il s'agit seulement de la deuxième refonte de la marque depuis la création de l'opérateur mobile en 1994, la précédente remontant à 2004.

Ce changement de la marque reflète l'engagement du Groupe MTN envers sa stratégie Ambition 2025, qui consiste à créer des plateformes numériques de premier plan permettant à l'Afrique de progresser dans les domaines des télécommunications, des technologies financières, des infrastructures, des API et des écosystèmes de contenu et de messagerie.

Lancé par une question simple et troublante à la fois, "Alors, on fait quoi aujourd'hui ?", le rafraîchissement de la marque promet de déclencher une réévaluation de MTN comme étant plus qu'une simple entreprise de télécommunications. En rafraîchissant sa marque, MTN répond à une réalité : Née à l'ère analogique, ses clients, aujourd'hui, passent la majeure partie de leur temps dans le monde social et numérique. La nouvelle identité de la marque et son expression sont modernes, simples, audacieuses et numériquement dynamiques.

En mettant en œuvre la stratégie Ambition 2025, MTN vise à accélérer la croissance et à libérer la valeur de ses actifs et plateformes d'infrastructure. Pionnier du progrès depuis le début, le rafraîchissement de la marque réaffirme le rôle de MTN en tant que leader technologique en Afrique et son rôle dans l'accélération du progrès par le simple fait d'agir.

Ralph Mupita, Président-Directeur Général du groupe MTN, a déclaré : *"Il n'est pas surprenant que notre identité en tant que société de télécommunications ne représente qu'une partie de ce que nous sommes et que notre héritage et notre histoire soient encore en cours d'élaboration. Nous sommes à un point d'inflexion ; le monde change et, en tant qu'entreprise numérique, nous devons évoluer avec lui. Cela se reflète dans notre évolution active d'une entreprise de télécommunications à une entreprise de technologie, et ce, en collaboration avec nos États-nations, dans l'intérêt*



*de nos parties prenantes. Notre changement de marque en est l'expression de notre direction vers une marque globale singulière."*

MTN a toujours été inspiré par la conviction que tout le monde mérite de bénéficier des avantages d'une vie moderne et connectée. Grâce à sa stratégie de marque claire et concise "Opportunité + Énergie = Progrès", MTN comprend que pour vraiment libérer tous les avantages et le potentiel du monde numérique, il faut une combinaison de dynamisme, de pensée progressive et des bons outils qui aident les acteurs à passer du possible au réel.

Bernice Samuels, Exécutive Marketing du Groupe MTN, a déclaré : *"Notre nouveau positionnement et notre nouvelle identité de marque sont axés sur l'idée que l'Afrique n'est jamais immobile. Et maintenant plus que jamais, le véritable progrès pour l'Afrique ne peut être réalisé qu'en comblant le fossé entre ce qu'on "peut" faire et ce qui est "fait". C'est l'action qui comble le fossé entre le possible e ce qui est fait.*

*"C'est à partir de ce constat que notre nouvelle campagne, "Alors on fait quoi aujourd'hui ?", sera lancée sur l'ensemble de notre territoire en mettant au défi, en célébrant et en fournissant des outils aux personnes qui agissent, car si nous progressons, en tant qu'individus, communautés et pays, l'Afrique progresse", conclut-elle.*

La campagne a été lancée le 17 février 2022 sur les plateformes numériques et sociales, l'affichage, la presse, la radio et la télévision, et les premières actions de communication à l'endroit du grand public auront lieu le 27 février 2022.