

Worldline desvela su nueva identidad de marca

Worldline ha anunciado hoy su nueva identidad de marca. Con su presencia mundial y su apuesta por la fiabilidad, la innovación y la sostenibilidad, Worldline está centrada en el desarrollo de una industria de pagos de confianza y en seguir dando forma a las formas de pagar, vivir y hacer negocios

Para ello, las marcas del Grupo se agruparán bajo una única enseña, Worldline, y todas las marcas anteriores pasarán a adoptar esta denominación. La marca Ingenico, la enseña líder en su segmento de mercado, seguirá utilizándose en la línea de negocio de Terminales, Soluciones y Servicios.

Con motivo del anuncio de la nueva identidad de marca, Gilles Grapinet, presidente y consejero delegado de Worldline, señaló:

"Worldline ofrece un soporte pleno a las personas, los comercios, los bancos y las entidades que procesan y aceptan pagos. Cada día, nuestro equipo de "worldliners" expertos muestra un compromiso inquebrantable para ofrecer soluciones fiables a nuestros clientes, apoyando su propio crecimiento y metas de desarrollo en un mundo digital en constante evolución.

Como consolidador líder en el sector de los pagos, Worldline ha heredado los conocimientos, el talento y la creatividad de las muchas empresas excelentes que se unieron a nosotros. Ha llegado el momento de consolidar nuestra rica cartera de marcas y convertir a Worldline en una enseña verdaderamente mundial después de muchos años de integraciones activas y exitosas. Estoy orgulloso de que, al avanzar, lo hagamos con una identidad renovada y distintiva que encierra lo que Worldline es y lo que representamos: una empresa sólida, sostenible y de confianza dedicada a desempeñar un papel destacado en el futuro de los pagos en Europa y otras regiones, para beneficio de todos nuestros clientes y el conjunto de las sociedades donde prestamos servicio".

Evolución de la marca Worldline

Durante casi cinco décadas, el Grupo ha crecido orgánicamente mediante diversas fusiones y adquisiciones. Eso ha dado lugar a un gran número de diferentes marcas bajo el paraguas de Worldline, lo que ha hecho que la propia marca Worldline evolucione a lo largo del tiempo. Paralelamente, el Grupo alcanzó un importante hito en su historia en enero de 2020 cuando se convirtió en una empresa totalmente independiente tras la escisión de Atos en 2019. Ahora, todas las marcas del Grupo estarán consolidadas y armonizadas bajo la misma arquitectura y una nueva y distintiva identidad.

La confianza como epicentro de la nueva identidad de marca de Worldline

Al ser usados cada día por miles de millones de consumidores, los pagos digitales siempre se han diseñado y prestado poniendo la máxima atención a la comodidad, la sencillez, la eficiencia, la seguridad y el cumplimiento normativo. Estos son pilares fundamentales que garantizan que siempre puedan alcanzar el máximo nivel de confianza colectiva en el sistema de pagos digitales: confianza entre quienes efectúan los pagos y quienes los reciben, confianza entre los actores del ecosistema de

pagos, confianza en la privacidad de los datos personales y confianza en la solidez y seguridad de las infraestructuras de pago.

Por ese motivo, la confianza siempre ha estado y siempre estará en el epicentro de la oferta de Worldline y, por lo tanto, constituye la base de la nueva identidad de marca. Garantizar unas transacciones y unos pagos fiables y seguros ha constituido el pilar y seguirá siendo el elemento conductor para seguir elevando la reputación de Worldline ante sus interlocutores internos y externos. La nueva identidad de marca del Grupo señala el inicio de un nuevo capítulo en el viaje de Worldline al reunir el Propósito y los valores como empresa con una identidad visual que engloba su visión.

Datos más destacados

Una de las cinco mayores empresas de pagos del mundo

Un equipo formado por más de 20.000 profesionales

Tres adquisiciones estratégicas anunciadas en 2021 en Grecia, Italia y los países nórdicos

Presta servicio a más de 1 millón de comercios y más de 320 entidades financieras

Las marcas equensWorldline, SIX Payment Services, Bambora y Paymark serán retiradas. Las marcas de sus sociedades conjuntas se mantendrán. En su condición de marca líder del mercado, Ingenico seguirá utilizándose para la oferta de Terminales, Soluciones y Servicios. Del mismo modo, Santeos seguirá empleándose para sus actividades en el sector sanitario en Francia.

Datos de contacto:

Jennifer

620059329

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Finanzas](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>