



Communiqué de presse

La nouvelle image de marque de BKW

Les entreprises du groupe BKW se regroupent sous une marque commune

Berne, le 17 septembre 2026

BKW présente dès aujourd'hui sa nouvelle architecture de marque et son identité visuelle renouvelée. Les entreprises du groupe BKW renforcent ainsi leur cohésion et la visibilité de leur appartenance à BKW. Cette image commune permet à la clientèle d'identifier plus facilement la vaste offre du groupe dans les domaines de l'énergie, du bâtiment et des infrastructures. Parallèlement, elle réduit la complexité de l'ancien paysage de marques.



Le CEO Robert Itzschner se réjouit de la nouvelle identité de marque de BKW.

Ces dernières années, BKW est passée d'une entreprise traditionnelle d'approvisionnement énergétique à une entreprise internationale spécialisée dans l'énergie et les infrastructures. Aujourd'hui, elle réunit de nombreuses compétences clés dans les domaines de l'énergie, du bâtiment et des infrastructures. Grâce à sa stratégie «BKW Solutions 2030», BKW a pour objectif de créer de la valeur

BKW AG
Media Relations
Viktoriaplatz 2
3013 Bern

Tel. +41 58 477 51 07
medien@bkw.ch
www.bkw.ch



ajoutée pour sa clientèle tout au long de la chaîne de valeur de la transition énergétique. La marque évolue désormais elle aussi dans ce sens.

Une marque commune pour le groupe BKW

À l'avenir, l'accent sera mis sur une forte marque faîtière BKW. Cette dernière réunit les diverses compétences clés du groupe et fournit des repères, en interne comme en externe. La structure de la marque est également simplifiée: la marque faîtière BKW sera associée de manière plus systématique aux noms des différentes sociétés. L'identité de ces dernières est préservée, tandis que leur appartenance au groupe BKW devient plus visible.

«La transition énergétique a besoin de solutions combinant les domaines de l'énergie, du bâtiment et des infrastructures. C'est précisément ce que représente BKW», déclare Robert Itschner, CEO de BKW. «Avec cette nouvelle image de marque, nous affichons plus clairement ce qui appartient à BKW et les compétences clés dont nous disposons en tant que groupe. Parallèlement, cette image commune nous aide à gagner en simplicité et en efficacité.»

Un nouveau logo qui symbolise les liens et l'envie d'avancer

BKW évolue également sur le plan visuel. Les trois lettres BKW se trouvent au centre du nouveau logo et le carré orange disparaît. Les trois lettres reliées entre elles symbolisent le rapprochement au sein du groupe BKW. Le design est également tourné vers l'avenir et exprime notre volonté de contribuer activement à le façonner. La couleur orange reste la couleur de référence de BKW et joue un rôle encore plus important dans la nouvelle identité visuelle.





«Notre nouvelle identité visuelle met l'accent sur ce qui doit être renforcé à l'avenir: BKW doit être visible partout où elle est présente», précise Martin Schweikert, responsable de la communication d'entreprise de BKW. «Nous offrons ainsi des repères plus clairs à notre clientèle et simplifions en même temps notre image de groupe.»

Une seule BKW pour plus de 12'500 collaboratrices et collaborateurs

Cette marque faîtière commune doit renforcer les liens entre les plus de 12'000 collaboratrices et collaborateurs de BKW. Les entreprises du groupe restent proches de leurs marchés respectifs, mais leur appartenance à BKW devient plus visible. L'environnement de marques qui s'est développé au fil du temps sera progressivement simplifié.

«Plus de 12'500 personnes travaillent pour BKW, dans des entreprises et des métiers très différents», ajoute Manuela Wendland, Chief Human Resources Officer. «La marque commune n'a pas pour but d'uniformiser cette diversité, mais plutôt de renforcer les liens et de promouvoir une idée: nous sommes faits pour travailler ensemble.»

Moins de marques, plus de simplicité

Ces dernières années, le groupe BKW a connu une forte croissance, impliquant une augmentation du nombre de marques associées. Actuellement, plus de 110 marques sont utilisées au sein du groupe. Ce paysage de marques qui s'est développé au fil du temps sera désormais simplifié. Notre objectif est de réduire le nombre de marques individuelles et de regrouper davantage les activités, afin de limiter les doublons et de simplifier les processus de marketing et de communication. Cela permettra de réaliser des économies significatives.

L'introduction de la nouvelle image de marque se fera progressivement de manière à préserver les ressources. Les sites, les véhicules, les supports de communication et d'autres applications seront adaptés autant que possible dans le cadre de cycles de renouvellement habituels.



Souhaitez-vous recevoir d'autres images de la nouvelle identité visuelle de BKW? Veuillez contacter le service de presse à l'adresse medien@bkw.ch.

BKW

Le groupe BKW est une entreprise internationale spécialisée dans l'énergie et les infrastructures. Son siège est à Berne. BKW emploie plus de 12'500 personnes. Grâce à son réseau de sociétés et à ses technologies innovantes, elle propose à sa clientèle un large éventail de compétences clés dans les domaines des infrastructures, du bâtiment et de l'énergie. BKW planifie, construit et exploite des infrastructures de production d'énergie et d'alimentation pour les entreprises, les particuliers et les pouvoirs publics et propose des modèles commerciaux numériques pour les énergies renouvelables. Aujourd'hui, le portefeuille du groupe BKW comprend la planification et le conseil en ingénierie pour des projets dans les domaines de l'énergie, des infrastructures et de l'environnement, des solutions intégrées dans la technique du bâtiment et la construction, les services et l'entretien de réseaux d'énergie, de télécommunication, de transport et de distribution d'eau.