

Nieuwe huisstijl voor de Fritom group:

't is nieuw, 't is bijzonder, dus daarom voor sommigen wel even wennen. Maar de nieuwe huisstijl past precies bij ons. Waarom? Dat leggen we u in deze leaflet graag uit.







Allereerst het waarom:

We hebben geen nieuwe huisstijl omdat we zo nodig iets anders willen. Nee, deze nieuwe uitstraling past in de meerjarenstrategie van de Fritom group.

Onze groep biedt haar klanten de voordelen van de operationele zelfstandigheid van de werkmaatschappijen (persoonlijke betrokkenheid, flexibiliteit), maar tevens de voordelen van de groep (kennis, continuïteit). Een unieke structuur die maakt dat onze opdrachtgevers bij ons the best of both worlds krijgen. In dit bijzondere concept past een nog verdergaande dienstverlening. Daarom worden de Fritombedrijven steeds meer gebiedsspecialisten. Als groep bieden we daarnaast een totaaloplossing in logistiek. Deze werkwijze betekent dat de werkmaatschappijen operationeel zelfstandig blijven, maar tevens dat de Fritom group meer als eenheid de markt gaat benaderen. De nieuwe huisstijl draagt hieraan bij.



Onze marktsegmenten:

-  Warehousing
-  Benelux distributie
-  Internationale groupage
-  Liquid food

Logo

De bedrijven werken niet onder Fritom, maar vormen samen een groep. Vandaar dat we kiezen voor een gezamenlijk logo. We willen iets bijzonders.

Daarom dit markante gezicht. Het valt op, blijft in het geheugen hangen en is zeer herkenbaar. Dat past bij ons. We doen het anders dan anderen.

Het logo is niet zomaar een gezicht, maar verbeeldt een gestileerde professor (Einstein). Representatief voor onze groep als slimme logistieke dienstverlener die voor de klant op zoek is naar de beste logistieke oplossingen.

Ook is er een fakkel in ons logo te herkennen. We willen de fakkeldragers worden op het gebied van logistieke dienstverlening.

We vormen een groep maar tegelijkertijd blijft de eigen identiteit van de werkmaatschappijen bestaan. Dat is de reden waarom dit beeldmerk bij elk Fritombedrijf in de eigen bedrijfskleur wordt uitgevoerd. Maar of het nu rood, geel, blauw of oranje is, het logo blijft duidelijk herkenbaar als 'het Fritomlogo'.



Eenheid

Eenheid ontstaat door het gebruik van dubbele namen. De naam van de werkmaatschappij staat voorop, Fritom staat erachter. De eigen identiteit van de werkmaatschappij blijft bestaan doordat ieder Fritombedrijf naast in het logo, ook in de naam zijn eigen kleur behoudt.



De Fritom group: een unieke groep met een grote know how op het gebied van logistiek. We zijn meedenkers. We nemen onze klanten graag de logistieke zorg uit handen.