



Communiqué de presse

Atos Group lance sa marque corporate et déploie une campagne nationale décalée et assumée

Paris, France – 27 avril 2026 – Atos Group, un leader mondial de la transformation digitale portée par la puissance de l'intelligence artificielle, engage une nouvelle phase de développement après une période de profonde transformation et une réorganisation de ses activités. Dans ce contexte, le Groupe lance sa marque corporate et déploie pour la première fois une campagne de communication nationale en France. Cette initiative vise à accompagner son repositionnement, renforcer la lisibilité de son offre, soutenir sa dynamique commerciale et réaffirmer sa présence sur le marché.

Une organisation recentrée et plus lisible

Atos Group s'organise désormais autour de deux marques complémentaires :

- **Atos**, dédiée aux services IT, du cloud à la cybersécurité en passant par les applications, les plateformes, la digital workplace, la data et l'IA, ainsi que le consulting ;
- **Eviden**, positionnée sur les produits de cybersécurité, les systèmes critiques et l'analyse vidéo augmentée par l'IA.

Cette structuration répond à une attente forte du marché : gagner en lisibilité et en efficacité dans un secteur devenu plus complexe et plus segmenté. Elle permet également aux clients de mieux identifier les expertises du Groupe et de mobiliser plus facilement les compétences adaptées à leurs enjeux.

Dans un environnement redéfini par l'accélération de l'IA, les impératifs de cybersécurité et les enjeux de souveraineté numérique, qui sont les trois piliers de l'ambition technologique d'Atos Group, cette clarification constitue un levier pour renforcer la capacité d'exécution et la fiabilité des interventions du Groupe.

Parallèlement, Atos Group s'affirme désormais comme marque corporate à part entière, avec sa propre identité visuelle et un site web institutionnel lancé à l'occasion de la publication des résultats annuels : atosgroup.com.

Une signature pour refléter le positionnement du Groupe

Au cœur de cette refondation, Atos Group adopte une nouvelle signature : « Accelerating Intelligence ». Plus qu'un élément d'identité, cette signature vise à traduire le rôle que souhaite jouer Atos Group dans un environnement marqué à la fois par l'accélération des technologies et par une forme d'instabilité croissante.

Elle repose sur l'idée que la performance dépend désormais de la capacité à mobiliser et articuler différentes formes d'intelligence, notamment humaine, collective et artificielle, pour éclairer les décisions et accompagner les transformations.

Cette signature fait également écho à la place centrale de l'intelligence artificielle dans les activités du Groupe ; ses initiales ("AI") en constituent un rappel direct.

Une campagne nationale pour accompagner le repositionnement

La campagne lancée aujourd'hui en France constitue la première prise de parole grand public du Groupe dans sa configuration actuelle. Elle s'inscrit dans un objectif plus large : accompagner sa relance commerciale et réinstaller ses marques dans un environnement concurrentiel exigeant.

Elle repose sur un parti pris volontairement distinctif pour un acteur technologique : être décalée et recourir à l'humour et à l'autodérision pour traiter des enjeux complexes. La campagne détourne notamment une expression bien ancrée dans l'imaginaire collectif français « *Impossible n'est pas français* » pour installer un message simple : dans un environnement qui évolue à grande vitesse, l'adaptation et l'accélération ne sont plus une option, surtout quand l'entreprise vient elle-même de traverser une phase de profonde transformation.

Déployée à l'échelle nationale, la campagne s'appuie sur un dispositif média allant du print au digital, en cohérence avec le lancement du nouveau site corporate et la refonte en cours de ses plateformes de marque. Cette campagne a été conçue avec l'agence **Babel** pour la création, et avec l'agence **Biggie** pour le déploiement média, dans le cadre d'un travail plus large de modernisation de la marque mené avec l'agence **Void**, en charge de la signature et des sites web du Groupe, ainsi que l'agence **Bear Ideas** pour l'identité visuelle.

Pénélope de Fouquières, directrice de la communication d'Atos Group, affirme : « *Il était important que notre marque corporate reflète désormais notre ambition et témoigne de l'élan stratégique engagé depuis un an pour renouer avec une trajectoire de croissance durable. Avec cette campagne en France et une nouvelle signature, nous affirmons clairement notre identité : mobiliser toutes les formes d'intelligence, pour accélérer les transformations digitales de nos clients dans un environnement de plus en plus critique et exigeant.* »

A propos d'Atos Group

[Atos Group](#) est un leader international de la transformation digitale avec près de 59 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires annuel de près de 7,2 milliards d'euros (pro forma de la vente des activités Advanced Computing). Présent commercialement dans 61 pays, il exerce ses activités sous deux marques : Atos pour les services et Eviden pour les produits et systèmes. Numéro un européen de la cybersécurité et du cloud, Atos Group s'engage pour un avenir sécurisé et décarboné. Il propose des solutions sur mesure et intégrées, accélérées par l'IA, pour tous les secteurs d'activité. Atos Group est la marque sous laquelle Atos SE (Societas Europaea) exerce ses activités. Atos SE est cotée sur Euronext Paris.

La [raison d'être d'Atos Group](#) est de contribuer à façonner l'espace informationnel. Avec ses compétences et ses services, le Groupe supporte le développement de la connaissance, de l'éducation et de la recherche dans une approche pluriculturelle et contribue au développement de l'excellence scientifique et technologique. Partout dans le monde, le Groupe permet à ses clients et à ses collaborateurs, et plus généralement au plus grand nombre, de vivre, travailler et progresser durablement et en toute confiance dans l'espace informationnel.

Contact

Relations Media : globalprteam@atos.net