



CLH evoluciona a Exolum como marca global de la compañía

- **La nueva marca refuerza la identificación de la empresa con sus objetivos de futuro, basados en la innovación, la diversificación y la sostenibilidad, y con sus valores de compañía**
- **Exolum es la marca única que el grupo utilizará para todos sus negocios, actuales y futuros, tanto en España como a nivel internacional**

Exolum es la marca elegida por el Grupo CLH para desarrollar, a partir de ahora, sus actividades y afrontar sus ambiciosos objetivos de futuro, centrados en la adaptación de su negocio a la **descarbonización** y a la **transición energética**, en la **digitalización** de sus actividades y en la lucha contra el **cambio climático**.

Este cambio de marca surge de la necesidad de adecuarse al nuevo entorno y a la propia transformación de la compañía, que, además de realizar actividades de almacenamiento y transporte de productos petrolíferos en España, se ha internacionalizado con presencia en otros **7 países**, ha ampliado su actividad al almacenamiento, gestión y transporte de nuevos productos líquidos, especialmente **químicos**, y ha comenzado a operar en nuevos sectores, como son los **eco-carburantes**, la **economía circular** o el desarrollo de nuevos **vectores energéticos**.

La nueva marca, sencilla, pero moderna, muestra un espíritu donde la **innovación** es la clave. En un principio, la marca **Exolum** nació, tras un intenso proceso creativo, para identificar a la filial del Grupo CLH dedicada al emprendimiento y la innovación. Sin embargo, después de varios estudios y propuestas, ha sido la marca seleccionada para identificar al conjunto de la compañía porque *“Exolum representa lo que queremos ser y hacia dónde estamos evolucionando: una gran compañía internacional con más de 2.000 empleados, con una trayectoria de casi 100 años y con un altísimo nivel de excelencia en la prestación de nuestros servicios”*, destaca el **presidente de Exolum, José Luis López de Silanes**.

En los últimos años, **Exolum** ha experimentado una serie de cambios notables, centrados principalmente en una **diversificación sostenible**, tanto de las geografías donde opera como de las de los servicios que ofrece a sus clientes, más allá de la logística de hidrocarburos. De ahí que fuera necesario renovar la marca y alinearla con esta nueva etapa. *“Queremos que todas estas iniciativas de diversificación y adecuación de la compañía a los nuevos retos del sector estén acompañadas de*



Nota de prensa

un cambio en nuestra identidad corporativa que refleje nuestro crecimiento y liderazgo”, asegura Jorge Lanza, CEO de Exolum. “La marca tiene que evolucionar en paralelo al proceso de transformación que estamos viviendo internamente, alinearse con los nuevos modelos de negocio de la empresa y transmitir nuestros valores de compañía, como son la innovación y la confianza, reflejando el carácter abierto y flexible con el que afrontamos el futuro impulsando nuevas oportunidades de negocio comprometidas con el desarrollo y la sostenibilidad del planeta”.

Además, es una marca fácilmente reconocible en cualquier idioma, por lo que es la denominación única que la empresa utilizará para todos sus negocios, actuales y futuros, tanto en España como en otros seis países (Reino Unido, Irlanda, Alemania, Países Bajos, Panamá y Ecuador. En Omán seguirá operando con la joint venture OQ Logistics), lo que permite reforzar la **identificación** del grupo y crear una gran marca **sólida, internacional y unitaria**.

Este cambio de denominación es el tercero de la empresa, tras Campsa y, desde principios de los 90, CLH, marcas profundamente ligadas al sector de los hidrocarburos y con un gran prestigio entre los clientes y profesionales, asociadas a valores como la calidad y la garantía de suministro, derivados del excelente trabajo realizado por la compañía durante su historia. *“Esta nueva marca es un hito más en nuestra trayectoria y renueva nuestro compromiso con nuestros clientes y con la sociedad en su conjunto”, afirma Jorge Lanza. “Entendíamos que este era el paso natural que teníamos que dar en el marco de la expansión internacional y diversificación de negocio por el que estamos apostando”.*

Con **Exolum**, la compañía se marca el reto de mantener el mismo nivel de reconocimiento y ampliarlo al gran público, gracias a una marca joven, ágil y adaptada al propósito de la compañía: **“Crear soluciones innovadoras para mejorar el mundo”.**

En la actualidad, **Exolum** cuenta con más de **2.300 profesionales** y opera en **8 países** gestionando una red de oleoductos de más de **6.000 kilómetros**, **68 terminales de almacenamiento** y **45 instalaciones aeroportuarias**, todo ello con una capacidad total de **más de 11 millones de metros cúbicos**.

www.exolum.com

Madrid, 1 de marzo de 2021