



ArcelorMittal

Comunicado de prensa

ArcelorMittal lanza su nueva marca a nivel mundial

“TRANSFORMING TOMORROW”

Luxemburgo/Róterdam, 4 de junio de 2007 - ArcelorMittal, el mayor productor siderúrgico mundial, lanza en el día de hoy el lanzamiento de su nueva identidad y diseño de marca.

“Anunciamos hoy cuál es el significado de ArcelorMittal, qué objetivos pretende alcanzar y cuáles son los valores y principios que guiarán nuestra actuación”, manifestó Lakshmi Mittal, Presidente del Consejo de Administración y de la Dirección General de ArcelorMittal. “Queríamos que nuestro posicionamiento reflejase no sólo la estrategia del Grupo, sino también nuestra responsabilidad como principal operador del sector y como una de mayores compañías del mundo, con instalaciones industriales en 27 países y una plantilla formada por 320.000 trabajadores. Somos conscientes de que nuestra posición en la industria siderúrgica conlleva importantes responsabilidades. Por ello, asumimos el compromiso de adoptar principios de actuación reconocidos a escala mundial que tengan en cuenta las necesidades de las generaciones futuras.”

Diseñada para reflejar los valores y objetivos de la compañía, la nueva marca tiene como eje central el tema *TRANSFORMING TOMORROW* (“TRANSFORMANDO EL FUTURO”), un posicionamiento que se asienta sobre tres valores fundamentales: Sostenibilidad, Calidad y Liderazgo. Estos valores se definen de la siguiente manera:

SOSTENIBILIDAD: Nuestro compromiso con el mundo que nos rodea va más allá de los aspectos básicos, y tiene en cuenta las necesidades de las personas en las que invertimos, de las comunidades a las que apoyamos y del mundo en el que desarrollamos nuestras actividades. Este planteamiento a largo plazo constituye el eje fundamental de nuestra filosofía empresarial.

CALIDAD: Nuestra visión trasciende los límites del presente para imaginar cómo será la siderurgia del mañana. La calidad de nuestros productos depende de la calidad de las personas que los hacen posibles.

Por ello, nuestro objetivo es atraer y fomentar el desarrollo de los mejores talentos, para poder ofrecer soluciones de calidad superior a nuestros clientes.

LIDERAZGO: Nuestra clara visión de futuro nos permite crear constantemente nuevas oportunidades. Este espíritu emprendedor nos ha llevado a la vanguardia de la industria siderúrgica. Ahora, nuestra actuación supera todas las expectativas que se habían fijado para este sector.

La marca ha sido diseñada para expresar la identidad y los valores de la nueva compañía, creada el pasado año a partir de la fusión de los productores siderúrgicos número uno y número dos mundiales, Mittal Steel y Arcelor. Ambas compañías desempeñaron un papel fundamental en la transformación de la industria siderúrgica y en el desarrollo de un modelo más sostenible. Juntas, han creado un grupo más sólido y diversificado, que constituye una plataforma óptima para seguir impulsando el proceso de transformación.

“La industria siderúrgica se encuentra hoy en una posición que es más sólida de lo que ha sido en muchos años,” afirmó Lakshmi Mittal. “Esto se debe, en gran medida, a la consolidación y globalización de esta industria, que han contribuido a crear un entorno de mercado más estable. Como líder del sector, esperamos que ArcelorMittal se mantenga a la vanguardia de esta transformación, lo que resulta importante para todas las partes implicadas en nuestras actividades.”

“*Transforming Tomorrow*” refleja, asimismo, el papel intrínseco que el acero desempeña en la sociedad actual. “Resulta fácil olvidar el papel que desempeña el acero en el mundo moderno,” señaló Lakshmi Mittal. “Está presente en los edificios en los que habitamos, en los vehículos que conducimos, en los trenes en los que nos desplazamos. Consideramos un objetivo fundamental de ArcelorMittal seguir desarrollando productos de acero de la máxima calidad para ayudar a transformar la calidad del mundo que nos rodea.”

El lanzamiento de la nueva marca constituye un elemento importante del proceso de integración, en tanto que crea un nexo de unión para todos nuestros empleados y establece un conjunto de valores claramente definidos que pretendemos se reflejen en la actuación de la compañía en todo momento. “El proceso de integración ha progresado de forma excelente,” afirmó Lakshmi Mittal. “Pero, evidentemente, una compañía de nuestro tamaño necesitaba un posicionamiento claramente definido, así como un claro conjunto de valores que guíen nuestras actividades. La nueva marca ha sido acogida de forma muy

positiva por nuestros trabajadores y nos esforzaremos en asegurar que los principios en los que se basa esta marca sigan siendo en el futuro los valores que guíen nuestra actuación como compañía.”

El próximo lunes 4 de Junio, ArcelorMittal procederá al lanzamiento de su nueva campaña mundial de publicidad, “*BOLDNESS CHANGES EVERYTHING*” (“LA AUDACIA LO CAMBIA TODO”). “La creación de ArcelorMittal fue una operación audaz, pero también es un paso que resultará decisivo en la transformación del futuro de la industria siderúrgica,” afirmó Nicola Davidson, Directora de Comunicación Corporativa. “Estamos convencidos de que la audacia constituye una parte importante de la filosofía de ArcelorMittal y es, asimismo, una de las cualidades que nos diferencia de otras empresas del sector. Desde hace siglos, las decisiones audaces han permitido cambiar positivamente el mundo que nos rodea. Nuestra campaña publicitaria pone de manifiesto cómo tales actuaciones pueden realmente contribuir a transformar el mundo”.

Información sobre ArcelorMittal

ArcelorMittal es el mayor productor siderúrgico mundial, con una plantilla de 320.000 trabajadores en más de 60 países. La compañía agrupa a los productores siderúrgicos número uno y número dos mundiales, Arcelor y Mittal Steel

ArcelorMittal ocupa una posición de liderazgo en todos los principales mercados mundiales, incluyendo el automóvil, la construcción, los electrodomésticos y los envases. Dispone de una destacada posición en materia de I+D y tecnología, así como de sustanciales recursos propios de materias primas y excelentes redes de distribución. Cuenta con instalaciones industriales en 27 países de Europa, Asia, África y América, lo que le permite estar presente en todos los mercados claves del acero, tanto en economías desarrolladas como en mercados emergentes. La compañía se ha fijado el objetivo de desarrollar su posición en China e India, mercados que en ambos casos presentan un elevado crecimiento.

Los resultados financieros pro forma de ArcelorMittal correspondientes a 2006 arrojan una cifra de negocio conjunta de 88.600 millones de dólares, con una producción anual de 118 millones de toneladas de acero bruto, lo que representa en torno al 10% de la producción mundial de acero.

Las acciones de ArcelorMittal cotizan en los mercados bursátiles de Nueva York (MT), Ámsterdam (MT), París (MTP), Bruselas (MTBL), Luxemburgo (MT) y en las bolsas españolas de Barcelona, Bilbao, Madrid (MTS) y Valencia.

ArcelorMittal - Relaciones con Inversores	
Europa Continental	+352 4792 2414
Reino Unido /Asia / África	+44 207 543 1172
América	+1 312 899 3569
Inversores individuales	+352 4792 2434
Titulares de obligaciones / Entidades de crédito	+33 1 71 92 10 26
ArcelorMittal - Comunicación	
E-mail: press@arcelormittal.com	
Teléfono: +352 4792 5000	
ArcelorMittal - Comunicación Corporativa	Países Bajos
Nicola Davidson +44 207 543 1162 / 1172	Leon Melens, <i>Smink, Van der Ploeg & Jongsma</i> , +31 20 647 81 81
Luc Scheer +352 4792 2360	Alemania
Jean Lasar +352 4792 2359	Phoebe Kebbel, <i>Herring Schuppener</i> , +49 69 92 18 74 77
<i>Maitland Consultancy:</i>	Francia
Philip Gawith / Lydia Pretzlik +44 20 7379 5151	Sandra Luneau +33 1 71 92 00 58
Bélgica	Tiphaine Hecketsweiler, <i>Image 7</i> +33 1 5370 7470
Charles-Hubert Gernaert, Comfi, +32 2 290 90 90	España
Norteamérica	Oscar Fleites +34 98 512 60 29
Bill Steers +1 312 899 3817	Ignacio Agreda +34 94 489 4162
	Keith Grant +34 639 760 397