

## COMUNICATO STAMPA

Stezzano, 7 novembre 2012

Per diffusione immediata

### **UN NUOVO VOLTO PER LA SCATOLA AFTERMARKET BREMBO**

***Rinnovato nei contenuti e nel layout, un nuovo concept di confezione per l'azienda.***

Brembo crede nei prodotti che realizza e ci mette la faccia. È questo il messaggio che il Gruppo lancia al mercato con il nuovo packaging dei prodotti Aftermarket: sulla confezione, infatti, la novità di maggior risalto è il volto dei dipendenti che presto cirolerà sugli scaffali dei professionisti della riparazione di tutto il mondo.

Una rivoluzione rispetto alla classica scatola total red, che da oltre dieci anni rappresenta Brembo nell'Aftermarket, oltre che una novità assoluta nel settore automotive.

Le numerosissime confezioni Brembo che veicolano i prodotti dell'Aftermarket nel mondo sono, a tutti gli effetti, uno strumento di comunicazione di potenzialità straordinaria per l'immagine che l'azienda trasmette ai propri clienti; per questo motivo si è deciso di veicolare attraverso di esse dei chiari messaggi di partnership, per rimarcare l'appartenenza alla famiglia Brembo, oltre a ricordare le eccellenti performance, l'attenzione alla qualità e all'innovazione, che da sempre contraddistinguono l'azienda. Questi, e non solo, sono i concetti espressi direttamente dai volti delle dodici persone, che realizzano in concreto una parte del lavoro che si ritrova in questa scatola. E' proprio per rimarcare il forte orgoglio, il senso di appartenenza e il commitment di Brembo verso i propri clienti che si è scelto di utilizzare i volti dei dipendenti, ovvero di coloro che "fanno" l'azienda e la partecipazione ai casting è stata sorprendente.

Inoltre, sulle nuove confezioni il caratteristico colore rosso, che ha da sempre contraddistinto Brembo, oltre che dal nero che farà da sfondo al volto dei dipendenti, sarà accompagnato dal bianco, divenuto ormai sinonimo di eleganza e raffinatezza anche nel mondo automotive. Infatti proprio il lato della scatola visibile a scaffale sarà quasi integralmente bianco, a creare una speciale discontinuità rispetto ai colori delle altre scatole.

Le novità non riguardano solo il lato "estetico", ma anche quello materiale: le nuove scatole sono state irrobustite per adeguarsi all'aumento di peso medio dei prodotti in esse contenuti e riportano una serie d'informazioni utili per i professionisti del mercato del ricambio. Tra queste, si segnala l'indicazione del sito internet dell'azienda e il codice QR che permette di accedere al video d'istruzioni di montaggio, comunque presenti in formato cartaceo all'interno della scatola, per rendere ancor più chiare ed efficaci le operazioni d'installazione. Inoltre, sono stati inseriti anche i simboli internazionali relativi alle certificazioni europee e alle icone dei social networks: Facebook, dove Brembo può vantare quasi 140.000 fans, Twitter, YouTube e Google+, sempre aggiornati con numerose informazioni.

Per informazioni: Monica Michelini – Media Relations Brembo SpA  
Tel. +39 035 6052173 Fax +39 035 6052273  
E-mail: [monica\\_michelini@brembo.it](mailto:monica_michelini@brembo.it) – Web: [www.brembo.com](http://www.brembo.com)