

Lo stand di Giti del Transpotec evidenziava in modo chiaro e visibile il rebranding che il gruppo ha messo in opera negli ultimi mesi: un enorme elefante giallo e nero sovrastava la superficie espositiva, facendo debuttare ufficialmente il marchio sul suolo italiano nel migliore dei modi. Lorella Maggiori, marketing manager di Giti per Italia, Spagna e Portogallo, ha voluto spiegare come lo stand e la comunicazione dell'ultimo anno rispecchiasse il passaggio di consegne tra i due brand.

“Transpotec è stata l'occasione perfetta per presentare il nuovo marchio autocarro e i nuovi pneumatici al grande pubblico italiano. Il rebranding di un marchio è sempre un momento cruciale per un'azienda e fiere importanti come questa permettono agli utenti di iniziare a familiarizzare con il nuovo marchio, il nuovo logo, i colori e tutto quello che un cambio come questo si porta dietro.”

✖ Nell'ultimo anno GT Radial è passata da utilizzare una comunicazione dove predominava il colore rosso a una in cui era l'arancione la tonalità principale, mentre il colore di Giti è il giallo: “Questo non è un caso, anzi. Nelle ultime immagini di GT Radial c'era un tramonto arancione e in quelle di Giti c'è un'alba gialla. L'arancione è formato proprio dal rosso e dal giallo e scegliendo questi colori volevamo dare un senso di continuità tra le immagini e, quindi, tra i marchi. Anche il soggetto delle immagini di GT Radial, il ponte, voleva proprio comunicare il passaggio da un marchio all'altro.”

Un vero e proprio passaggio di testimone tra i due marchi: “Dal punto di vista della comunicazione è proprio così. Naturalmente non si tratta solo di questo, ma di un adeguamento del nuovo marchio ai requisiti di mercato e alla domanda, che garantisce un'offerta sempre più globale e strutturata.”

© riproduzione riservata
pubblicato il 27 / 03 / 2017