

Ecopneus ha presentato, attraverso i propri profili social, il nuovo logo e l'identità visiva che accompagnerà la società consortile senza scopo di lucro principale operatore della gestione dei Pneumatici Fuori Uso in Italia.

Un nuovo segno grafico che, mantenendo comunque una continuità con l'immagine corporate che fin qui l'ha accompagnata, punta a consolidare il posizionamento e la riconoscibilità di Ecopneus, dando un ulteriore nuovo slancio verso le sfide e le opportunità della transizione ecologica che il Paese è chiamato a cogliere.

“Cambia il logo, ma restano intatti i valori che da sempre portiamo nella gestione dei Pneumatici Fuori Uso: etica, legalità e massimo servizio ai gommisti, puntando costantemente a promuovere le tante applicazioni della gomma riciclata nella nostra vita di tutti i giorni” ha dichiarato **Federico Dossena**, Direttore Generale di Ecopneus. *“Un segno più compatto, una presenza più solida, un'identità ancora più forte: il nuovo logo rappresenta un'evoluzione del marchio che ci ha contraddistinto in questi primi oltre 10 anni di impegno e successi per l'economia circolare italiana.”*

“Siamo molto felici di questa nuova collaborazione” dichiara **Vincenzo Vigo**, CEO e Founder di Mosquito. *“Si tratta di un'azienda etica, che si spende realmente per offrire alla comunità un futuro sostenibile, ed essere al loro fianco ci riempie di orgoglio e di soddisfazione”.*



Il rinnovamento del logo si inserisce in una più ampia evoluzione dell'immagine coordinata di Ecopneus che passa inevitabilmente anche dalla comunicazione social, già oggi attiva su quattro dei principali social network (Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn) oltre che a tutte le attività BTL e ATL.

L'agenzia **Mosquito ha ideato due format originali e di grande impatto**, da declinare a seconda del mezzo utilizzato, che valorizzano i vantaggi che l'economia circolare dei Pneumatici Fuori Uso promossa e attuata da Ecopneus porta per l'intera collettività.

Il primo ci mostra un Pneumatico Fuori Uso composto da porzioni di mescole e colori sempre differenti, sopra il quale vediamo, tutt'intorno, i beneficiari della sua straordinaria metamorfosi come sportivi di diverse categorie, bambini, automobilisti, cittadini. Una head intanto recita "Un viaggio che non finisce mai", mentre nella sub-head vengono ogni volta specificati i diversi ambiti in cui la gomma riciclata viene utilizzata.

Il secondo format, ha invece come protagonista i materiali stessi, mostrati in macro, che diventano la base di annunci pensati in forma di copyad.

E ogni volta titoli come “Per fare sport bisogna essere fuori uso”, “Ci sono pneumatici così attaccati all’asfalto che a volte lo diventano pure”, “Quanti set si possono giocare con un treno di gomme?”, ci raccontano con precisione e un pizzico d’ironia la nuova destinazione d’uso di migliaia e migliaia di tonnellate di pneumatici fuori uso di cui ogni giorno Ecopneus garantisce raccolta, trasporto e riciclo.

© riproduzione riservata pubblicato il 16 / 05 / 2022