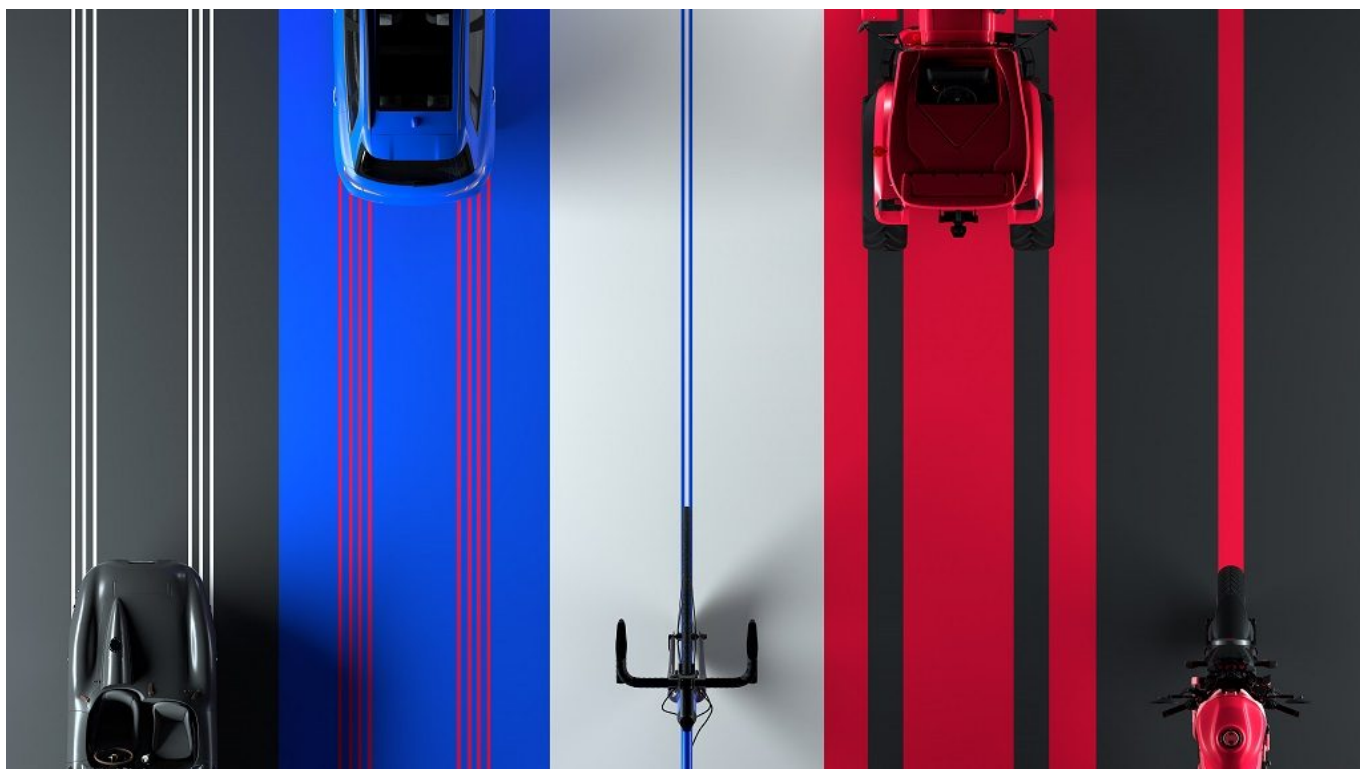


Apollo Tyres svela un nuovo look per il marchio Vredestein, aggiungendo energia e dinamismo alla strutturazione del marchio. Il nuovo look supporta l'ambizione di crescita globale di Vredestein, ottimizzando al contempo i suoi punti di forza principali: tradizione europea, prestazioni e design.

Apollo Tyres ha collaborato con l'agenzia londinese Jones Knowles Ritchie per riprogettare il marchio Vredestein e rafforzare la sua posizione di marchio di pneumatici premium leader a livello mondiale. Vantando una ricca tradizione di 111 anni, è uno dei marchi di pneumatici più longevi al mondo. Con il suo stampo europeo, Vredestein offre la più ampia gamma di pneumatici premium e fornisce pneumatici di primo equipaggiamento ai principali costruttori di auto in Europa.

La nuova identità riporta in vita le caratteristiche principali di prestazioni e design, riflettendo l'innovazione e il successo di Vredestein nel corso della storia. Grazie alle prestazioni migliori della categoria e al design eccezionale, Vredestein ha ottenuto risultati ottimali in numerosi test sugli pneumatici di consumo. Lo spirito della nuova identità rispecchia i punti di forza di Vredestein e si basa sull'idea di marchio *"caratterizzato dal design"*.



Benoit Rivallant, Presidente di Apollo Vredestein, ha dichiarato: *"Siamo entusiasti della*

nuova identità visiva di Vredestein. Design e prestazioni fanno parte del DNA di Vredestein da 111 anni. È un traguardo storico per noi, e ora ci auguriamo di mettere in risalto i punti di forza di Vredestein in modi innovativi e originali”.

La nuova e vivace tavolozza di colori conferisce al marchio maggiore dinamismo, energia e visibilità. Inoltre, il marchio denominativo è stato semplificato e modernizzato con legature accattivanti. Il design presenta una tipografia e un’iconografia audaci e uniformi e principi chiari per una fotografia più autentica e spontanea nell’intera gamma di prodotti, nonché uno stile di illustrazione vigoroso per elevare il marchio e supportarne il messaggio.

“Ispirandoci ai giorni di gloria delle pubblicità sugli pneumatici, abbiamo dato un tocco contemporaneo all’esclusiva tradizione di Vredestein, andando oltre qualsiasi norma specifica della categoria e dando vita a un’identità unica e inconfondibile. Ci auguriamo che il marchio venga ristabilito al meglio, onorando il passato e promuovendo il futuro”, ha affermato **Ivan Mato**, Creative Director di JKR.

L’identità aggiornata del marchio verrà implementata nei prossimi 12-18 mesi in tutte le categorie e aree geografiche.

