

Salone di Parigi 2012

## Svelato il nuovo logo SEAT

- La nuova SEAT Leon culmine della strategia di prodotto
- Nuova identità e corporate design ispirati all'*Avenida Diagonal* di Barcellona
- 2.400 operatori del settore accolgono i nuovi prodotti e le novità della SEAT

Schinzach-Bad, 27.09.2012 – La SEAT ha svelato al mondo il suo nuovo logo. La metamorfosi in cui è immersa la Casa automobilistica spagnola raggiunge l'apice al Salone di Parigi, con la presentazione della nuova identità e del nuovo design corporativo del Marchio e, contemporaneamente, con l'anteprima mondiale della nuova SEAT Leon. Questo modello, che sarà in circolazione sulle strade europee a partire dal mese di novembre, completa un'offensiva di prodotto senza precedenti nella storia dell'Azienda che comprende la presentazione della Mii, il restyling della Ibiza e il ritorno della Toledo.

Durante la conferenza stampa, James Muir, Presidente della SEAT S.A., ha presentato le due novità. "La presentazione del nostro nuovo logo Aziendale costituisce l'ulteriore passo avanti nell'evoluzione della SEAT. Esso riflette i valori del Marchio: design essenziale e puro, e ingegneria di precisione e qualità", ha spiegato Muir. Il primo modello a sfoggiare il nuovo logo è la Leon, la star della SEAT al Salone parigino. **"E' un'icona della nostra gamma e rappresenta il meglio della SEAT: design affascinante, qualità senza pari, tecnologia funzionale e piacere di guida"** ha dichiarato il Presidente Muir.



Il nuovo logo allinea la nuova identità corporativa e il design con la piattaforma del Marchio, e raffigura apertamente i sei valori della Compagnia: design, dinamismo, spirito giovane, efficienza, affidabilità e accessibilità.

Il nuovo logo comprende l'inseparabile abbinamento del rosso passione – caldo e dinamico – e l'inconfondibile simbolo cromato. Esso esprime la trasformazione della Casa stessa: un equilibrio tra la sua componente razionale e la parte più emozionale del Marchio spagnolo. Caratterizzato da linee simmetriche in tensione permanente, il simbolo cromato è scolpito con precisione ed è saldamente radicato nella modernità, ove tutto si trova al di sotto di una linea sottile di ispirazione industriale. Il suo design sottolinea il rinnovato impegno della SEAT verso la tecnologia di precisione, l'eccellenza nell'ingegneria e l'innovazione, mentre il colore rosso continua a evocare l'anima passionale del Brand spagnolo.

AMAG Automobil- und Motoren AG, Aarauerstrasse 20, 5116 Schinznach-Bad  
Telefono: +41 56 463 98 08, Fax: +41 56 463 95 35, email: seat.pr@amag.ch, www.seat.ch



Le origini dell'eleganza e della precisione del logo SEAT si trovano in una riga diagonale che evoca l'*Avenida Diagonal* di Barcellona. Questa linea, che consolida una visione creativa, è una componente essenziale del codice genetico SEAT. Tocchi vibranti di design spagnolo gli danno vita, caldi riflessi, ombre profonde, prospettive dinamiche e allegria spingono le persone verso un nuovo stile di vita ibrido (razionale quanto emotivo).

### Design targato SEAT

In termini di *identity* e *corporate design*, il logo è uno degli elementi visivi che fanno parte della nuova visione aziendale. Anche se l'attività principale del Brand è produrre auto, il design assume una particolare importanza tra i valori della Società e costituisce una parte intrinseca del suo codice genetico: il design è nel DNA della SEAT. Per citare Alejandro Mesonero-Romanos, Responsabile del Design SEAT, **"il nuovo design del logo SEAT rispecchia perfettamente la nostra attenzione per i dettagli e la qualità. Pur mantenendo l'identità della nostra tradizionale "S", questa volta si è ridotto il numero di linee, sono più tridimensionali e il perimetro complessivo è ora più quadrato, più geometrico. Il tutto dà al nostro nuovo logo un aspetto più moderno, preciso e scolpito"**.

Lungo queste stesse linee, il logo SEAT ha rappresentato uno sforzo comune in quanto a design, sviluppo e implementazione tra il SEAT Design Center SEAT (SDC) e il Reparto Marketing-Comunicazione della Società, dalla ricerca iniziale e i bozzetti alla versione 2D del nuovo simbolo. Inoltre, anche il design esterno della nuova Leon ha influito nello sviluppo creativo del logo, in particolare la concettualizzazione della superficie che sembrerebbe scorrere come il liquido, che proietta qualità e precisione. Il processo creativo è iniziato a metà 2010 ed è stato portato avanti in modo progressivo.

### Benvenuti a ENJOYNEERING

ENJOYNEERING è la *vision* aziendale. Come anticipato dal Presidente SEAT James Muir in occasione del Salone di Ginevra, **"ENJOYNEERING è il nuovo slogan della Casa spagnola, e rappresenta i valori e il DNA del Marchio, ingegneria di qualità e precisione tecnologica unita a un design emozionale dal sapore mediterraneo"**.

Per la SEAT, ENJOYNEERING è molto più di una trasformazione dell'identità aziendale. Secondo Christian Stein, Responsabile Marketing della SEAT **"il concetto ENJOYNEERING è presente in tutto ciò che facciamo in SEAT. Dai dettagli del cruscotto delle nostre auto**

alle esperienze online dei nostri Clienti. Dalla tecnologia alle emozioni c'è solo un passo, e noi della SEAT quel passo lo facciamo ogni giorno ". Il nuovo slogan è un potente strumento di cambiamento per l'intera Azienda. Ogni unità di riferimento stabilisce nuovi modelli di emozioni e di sfide. Da un modello di auto o un punto vendita a un semplice biglietto da visita, la SEAT è pronta per l'evoluzione, e voi?

## 2.400 operatori del Brand partecipano alla presentazione della nuova immagine SEAT

I prossimi 28 e 29 settembre, la capitale francese ospiterà 2.400 operatori fra distributori e importatori del Marchio che giungeranno Parigi da più di 70 Paesi, per incontrarsi in occasione della Convention Internazionale SEAT.

Durante questo incontro senza precedenti nella storia della SEAT (dedicato in esclusiva a questi professionisti), la Casa spagnola presenterà alla propria Rete mondiale la nuova Leon (comprese anche le nuove versioni Leon, la tre-porte SC e la familiare ST), insieme alla nuova Toledo. Inoltre, sarà svelata alla Rete il culmine dello sviluppo della nuova *identity* e del nuovo *corporate design* del Marchio: il nuovo logo. ENJOYNEERING fungerà da nuova piattaforma per l'espansione del marchio SEAT nel mondo.

## 60 anni di emozioni autentiche e un design di più generazioni

Il primo modello dell'Azienda è nato il 13 novembre 1953. La SEAT 1.400 era un'automobile elegante e spaziosa che divenne molto popolare nel segmento della gamma superiore. Da allora, la SEAT ha realizzato esperienze di guida che sono riuscite ad accendere le emozioni di ogni generazione. La SEAT 600 ha incoraggiato con entusiasmo lo spirito libero degli anni Sessanta, negli anni Ottanta è nata la SEAT Ibiza, una delle icone della Casa e la prima vettura 100% SEAT, mentre la SEAT Toledo (1991) e la SEAT Leon (1998) hanno dato dimostrazione di forza nei frenetici anni Novanta.



**Ulteriori informazioni:** Karin Huber, PR SEAT

Telefono: +41 56 463 98 08 / E-Mail: [karin.huber@amag.ch](mailto:karin.huber@amag.ch)  
[www.seat.ch](http://www.seat.ch) / [www.seatpress.ch](http://www.seatpress.ch)

**AMAG Automobil- und Motoren AG**, Aarauerstrasse 20, 5116 Schinznach-Bad

Telefono: +41 56 463 98 08, Fax: +41 56 463 95 35, email: [seat.pr@amag.ch](mailto:seat.pr@amag.ch), [www.seat.ch](http://www.seat.ch)