Un logo musicale diventa parte integrante dell'identità aziendale del gruppo Michelin. Un brano originale, della durata di 32 secondi, realizzato con la collaborazione di Sixième Son, diventerà il suono ufficiale della voce di Michelin e verrà utilizzato in tutte le campagne media del prossimo futuro. La musica del resto non ha confini, è universale e comunica a volte più delle parole. Il tema accattivante si sviluppa con una progressione incalzante e si presta a diverse applicazioni, dalle campagne televisive e radio al sottofondo di attesa telefonica, come dimostrano gli esempi ascoltabili sul sito web dedicato. "La nuova identità audio permetterà al marchio di esprimere – attraverso la musica – i concetti di modernità, mobilità, innovazione, qualità e piacere" afferma Claire Dorland Clauzel, Senior Vice President Michelin Communication and Brands. "Esso supporterà il marchio accentuandone la personalità e rendendolo riconoscibile. Inoltre, ed è la cosa che più conta, è facilmente e universalmente comprensibile. Abbiamo avuto un feedback molto positivo da vari paesi nel mondo, compresi Cina, Russia, Stati Uniti e Francia."

E allora non resta che ascoltare: http://identitesonore.michelin.com

© riproduzione riservata
pubblicato il 27 / 10 / 2010