Nel 1876 Continental registra il marchio con il cavallo per la produzione di cuscinetti per zoccoli. Nel 2013, dopo 137 anni (142 dalla sua fondazione) Continental decide di darsi un nuovo aspetto, modificando il suo family brand e quello del prodotto principale del Gruppo.

Dopo oltre due anni di studi, Continental lancia una nuova architettura di marca, un nuovo posizionamento di marketing e nuovi logo e design. Il nuovo logo sarà utilizzato per la prima volta allo stand ContiTech presso la fiera Trade di Hannover ed è stato ufficialmente presentato al pubblico, in occasione dell'Assemblea annuale degli azionisti lo scorso 15 maggio.

La personalità del nuovo stile riflette le caratteristiche "umane" del brand e del Gruppo e può essere descritto come agile, appassionato e all'avanguardia. Col nuovo logo, Continental ha trovato un ottimo equilibrio tra la continuità e il progresso, rafforzando così la sua immagine senza ignorare identità e tradizione. Il nuovo logo è moderno, empatico e amichevole. E' molto riconoscibile senza apparire eccessivamente stravagante.

Informazioni tecniche

Il logo Continental è composto da un word mark e un figurative mark, completato dalla tag-line "the future in motion".

Il word mark mantiene un aspetto amichevole e facilmente riconoscibile. Rimane il caratteristico legame delle lettere C e O. Allo stesso tempo l'armonizzazione delle lettere rende una migliore fruizione e leggibilità del logo.

Il figurative mark – il cavallo – è solidamente radicato nel brand Continental e racconta una lunga storia. Il nuovo disegno enfatizza la personalità di Continental. Il cavallo è stato liberato dal suo recinto in modo da apparire più dinamico e potente, comunicando rapidità e agilità, proteso verso il futuro.

La tag-line è l'essenza del posizionamento Continental che considera la mobilità un bisogno elementare dell'uomo. L'obiettivo è anche di creare libertà di movimento per tutti e rendere la mobilità e il trasporto più sicuri, semplici, convenienti, e più facilmente accessibili a tutti, dando inoltre un contributo genuino e sostenibile alla qualità della vita.

Continental apre le porte al futuro della mobilità globale nel suo insieme. Ciò è espresso nella nuova tag-line "The Future in Motion".

La storia del brand

Nel 1876, Continental registra il marchio con il cavallo per la produzione di cuscinetti per zoccoli;

Dal 1882, il cavallo leggermente modificato diventa il trademark per ogni prodotto. In aggiunta al nome Continental, il cavallo si evolve gradualmente nel logo per l'intero Gruppo.

Ottobre 1882, Continental registra il "cavallo rampante" quale trademark ufficiale presso l'imperial patent office di Hannover. Questa sintetica immagine identificativa rimane ancora oggi un trademark protetto

Dal 1930 in poi le positive caratteristiche associate al cavallo, affidabilità, resistenza e potenza vengono trasferite anche a tutti i prodotti Continental

Il restyling del logo Continental vede il cavallo – immagine solidamente radicata nel brand – diventare più libero, dinamico e proteso verso il futuro

La versione in bianco del nuovo brand
© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 06 / 2013