

Lectra rinnova la propria brand identity

Riflesso perfetto dell'era digitale, la nuova brand identity Lectra si ispira alla strategia stessa dell'azienda, incentrata sul cliente e saldamente ancorata ai principi dell'Industria 4.0

Parigi, 16 gennaio 2018 – Lectra, partner tecnologico delle aziende che utilizzano pelli e tessuti, presenta la propria nuova brand identity, emblema dell'orientamento digitale della strategia Lectra pensata per aiutare le aziende dei settori fashion e abbigliamento, automotive e arredamento ad adottare con successo i principi dell'Industria 4.0.

Sviluppato con l'agenzia ComCorp, il nuovo universo del brand Lectra rispecchia la costante evoluzione dell'azienda e ne sottolinea il ruolo di apripista alla vigilia della quarta rivoluzione industriale. La riprogettazione del brand evoca alla perfezione lo spirito d'innovazione insito nel Dna Lectra e fa leva sui quattro valori propri dell'azienda: Caring, Committed, Insightful e Visionary.



Moderno ed elegante, il nuovo logo esprime la posizione premium di Lectra, il privilegio di poter affiancare le aziende più all'avanguardia, evidenziando al contempo l'evoluzione dell'offerta aziendale in materia di analisi dei dati. I pixel quadrati che contraddistinguono la nuova grafica celebrano invece l'approccio digitale dell'azienda. Lo schema di colori tanto caratteristico di Lectra resta però invariato, esprimendo sia una promessa di fedeltà ai consumatori, che l'ambizione di affermarsi come partner indispensabile e di prima scelta per le loro esigenze tecnologiche.

La tagline "Empowering customers through industrial intelligence" rappresenta l'impegno portato avanti da Lectra nel fornire ai clienti gli strumenti necessari per realizzare i loro obiettivi. Monitorando costantemente le nuove tendenze in grado di influire sull'attività dei clienti, Lectra progetta soluzioni sempre nuove per accompagnare i consumatori nell'era digitale e facilitarne la transizione verso l'industria del futuro.

In prima linea dal 2007 nel campo dell'Internet of Things e ora in piena migrazione verso l'Industria 4.0, Lectra fonda la propria offerta sulla raccolta e l'analisi dei dati. Il concetto di industrial intelligence è indispensabile alla creazione di una catena del valore digitale a beneficio dei clienti, che renda possibile l'interconnessione in tempo reale tra designer, team di sviluppo prodotto, smart factory, fornitori e clienti.

"La nuova brand identity Lectra è l'esatto riflesso della strategia aziendale in evoluzione, del know-how e della ricca storia del Gruppo", spiega Alexis Noal, Vicepresidente di ComCorp. "Il nuovo branding è frutto di una stretta collaborazione con tutti i team Lectra e a tutti i livelli, arricchitasi ulteriormente grazie a un recente confronto con clienti e partner aziendali", continua Noal.

"Il 2017 è stato uno degli anni più entusiasmanti per la nostra azienda, caratterizzato innanzitutto dall'annuncio di una nuova strategia che prevede di affiancare i clienti per favorirne l'ingresso nell'era dell'Industria 4.0. Ed è proprio questa strategia ad aver ispirato la riprogettazione degli elementi di base del brand. La nuova brand identity Lectra che siamo lieti di rivelare oggi è l'espressione del dinamismo dell'azienda, dell'audacia del suo approccio e della totale dedizione ai clienti", sottolinea Céline Choussy Bedouet, Chief Marketing & Communications Officer.

Scopri la nostra nuova brand identity [qui!](#)

Segui Lectra sui social media:



Informazioni su ComCorp

ComCorp è un'agenzia di comunicazione indipendente operante in Europa e specializzata nel costruire la fiducia e la reputazione di aziende e brand. Grazie a un'ampia gamma di competenze, servizi e soluzioni, l'offerta dell'azienda riesce a coprire l'intera catena del valore della comunicazione, dalla consulenza strategica agli indicatori di performance, passando dalle relazioni con i media, la comunicazione a livello corporate e finanziaria, la gestione delle crisi, la redazione, l'editing e il copywriting, la comunicazione interna, le campagne pubblicitarie, gli eventi digitali, il marketing e la comunicazione commerciale. ComCorp si è inoltre affermata come partner di prima scelta per le aziende in cerca di assistenza, guida e consulenza nella progettazione delle proprie strategie di comunicazione, nonché nell'attuazione, coordinamento e implementazione delle stesse. Fondata nel 2013 a Parigi da Charles de La Rochefoucauld, ComCorp è anche membro attivo di tre reti internazionali complementari di agenzie indipendenti.

Segui [ComCorp](#) su [Twitter](#)

Informazioni su Lectra

Per le aziende che danno vita ai nostri divani, automobili, vestiti e altro ancora, Lectra realizza su misura le tecnologie premium che facilitano la trasformazione digitale del settore. Fondata nel 1973, Lectra conta oggi 32 filiali in tutto il mondo e serve clienti in oltre 100 paesi. Con oltre 1.600 dipendenti, nel 2016 ha registrato 260 milioni di euro di fatturato ed è quotata alla borsa valori Euronext.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito www.lectra.com

Contatto stampa:

Sede Lectra / Ufficio stampa

Nathalie Fournier-Christol

t: +33 (0) 1 53 64 42 37

e: n.fournier-christol@lectra.com

H+K Strategies Parigi

Laura Béquart / Marion Larivière

t: +33 (0)1 41 05 44 63 / 44 55

e: lectra.france@hkstrategies.com