

Bridgestone Corporation ha presentato il nuovo logo e il nuovo payoff annunciando anche un perfezionamento della filosofia del Gruppo, “l’Essenza Bridgestone” per festeggiare l’80° anniversario della fondazione. Questa evoluzione del logo Bridgestone è parte di una strategia integrata per accrescere ulteriormente a livello globale la notorietà il marchio Bridgestone.

La mission del Gruppo si basa sulle parole del suo fondatore: “Servire la società con qualità superiore”. Per adempiere a questa mission, il Gruppo Bridgestone ha utilizzato il concetto di "fondazione" per dimostrare il costante impegno da parte del personale nel garantire ai consumatori prodotti e servizi di elevato valore. La cultura aziendale integrata e la diversità che il Gruppo ha ereditato sono state ridefinite nel concetto "Essenza Bridgestone" e in un senso comune di valori che vengono condivisi dal personale Bridgestone nel mondo.

Il Gruppo ha perfezionato il logo che identifica Bridgestone per soddisfare le diverse esigenze dei consumatori e per rispecchiare i cambiamenti dell’attuale situazione sociale. Il cambiamento richiama un senso di “coesistenza con persone di tutto il mondo”, "forza flessibile" e "un senso di velocità nell’adattarsi al cambiamento". Si tratta di un’evoluzione rispetto al precedente logo che esprime "forza" e "senso di velocità."

Bridgestone vuole essere un gruppo che supporta a livello globale gli individui e i consumatori attraverso prodotti e servizi di elevata qualità. Per comunicare questo concetto, il payoff è stato modificato con il messaggio “Your Journey, Our Passion’ (‘Il tuo Viaggio, la nostra Passione’). Andando oltre, il Gruppo Bridgestone intende coinvolgere tutti i suoi dipendenti in un’unica filosofia aziendale e vuole lavorare per creare una nuova ‘cultura’ aziendale in linea con l’Essenza Bridgestone, valorizzando le peculiarità di ciascun dipendente.



© riproduzione riservata  
pubblicato il 3 / 03 / 2011