



NOTA DE PRENSA

EMO estrena imagen

· Esta decisión estratégica responde a la nueva etapa empresarial que la compañía ha iniciado en este 2008

Septiembre de 2008. EMO, representante de primeras marcas de maquinaria y equipos para la industria alimentaria, ha renovado su imagen. El cambio hacia una nueva identidad simboliza la consolidación de EMO como una de las empresas de referencia en el sector, tras más de 30 años como distribuidor, y su firme compromiso con la distribución de primeras marcas y con su vocación de servicio. Todo ello le ha permitido afrontar este año 2008 una **nueva etapa basada en una mayor focalización en el servicio al cliente** y que ha tenido recientemente otro paso clave con la expansión de la compañía a Portugal (inauguró su sucursal en Lisboa el pasado mes de abril).

Con la nueva imagen, EMO consolida su posicionamiento como una empresa con entidad propia que engloba a todas sus representadas en España y Portugal, refuerza la vocación de servicio al cliente consolidando sus compromisos y estándares de calidad, y traduce al apartado visual aquellos valores que la caracterizan: confianza, calidad, profesionalidad, modernidad, dinamismo y cercanía al cliente.

De estas premisas nace precisamente el nuevo eslogan de la compañía, “Más allá de la máquina”, y la imagen corporativa que expresa la naturaleza de EMO como una empresa de servicios “más allá” de la comercialización de maquinaria y equipos. Así, el símbolo del logotipo muestra la evolución de EMO y la mejora continua, especialmente en el servicio al cliente, ya que está formado por el símbolo de infinito ligeramente ladeado, con su parte derecha más elevada para expresar progreso. El nuevo color azul de la marca y las nuevas tipografías (Marten y Bliss) conceden a la empresa una imagen más moderna y acorde con su realidad actual.

En línea con su nuevo enfoque empresarial, EMO también ha dotado de marca a sus servicios posventa (Service) y a cada uno de sus productos, como Servicio de Atención Técnica (SAT), Contratos de mantenimiento, cursos de formación (EMOtraining), servicio

de Repuestos, y de Teflonado y Afilado, potenciándolos y adquiriendo nuevos compromisos. De igual forma, la compañía estrena también logos para sus servicios preventa (Open Doors, Show Room y Demo Room) y su área de actualidad comercial (Novedades).

Finalmente, cabe destacar que Kelapack, empresa del grupo, también ha renovado su imagen corporativa siguiendo la misma línea gráfica y valores de diseño que EMO. Aunque ambas compañía comparten símbolo y color, Kelapack conserva su logo original (con el añadido del símbolo), utiliza la tipografía Gravel e incorpora el eslogan "Towards the right solution".

Imágenes

Carpeta "Nueva imagen EMO y Kelapack"

Acerca de EMO

Fundada en 1973 por Eduard Kerner en Madrid, EMO es representante de primeras marcas de maquinaria y equipos para la industria alimentaria. Calidad y profesionalidad han sido los pilares de su trabajo desde sus inicios, donde su prioridad siempre ha sido satisfacer las exigentes demandas del sector, ofreciendo soluciones de valor y convirtiéndose en un partner para sus clientes. Asimismo, cuenta con las divisiones de venta de maquinaria de envasado, maquinaria de procesado y consumible alimenticio.

Más información:

EMO

M^a Luz Villa – Responsable Dpto. Marketing
mariluz.villa@emosa.com

Zellner und Pirker (gabinete de prensa externo)

Óscar Castillo – Jefe de RRPP
o.castillo@zellnerundpirker.com
93 241 93 35
687 26 00 65

EMO España

Pol. Industrial Can Calderón
Avda. Siglo XXI, 59
08840 Viladecans (Barcelona)
Tel.: 93 635 70 70
Fax: 93 637 68 84