

TUTTO CAMBIA NIENTE CAMBIA



www.gelson.it

SPECIALE RE-START

car
CARROZZERIA

DA 60 ANNI AL FIANCO DEI CARROZZIERI

L'avventura di Gelson nasce negli anni 60 col nome di Gelpi abrasivi come evoluzione di un'azienda familiare già esistente conservandone i principi di qualità, passione, perseveranza ed etica professionale

Da sempre Gelson si è contraddistinta sul mercato per la qualità, diventando col passare del tempo una delle principali realtà italiane operanti nel settore del car detailing. Il brand guarda all'efficacia ed efficienza del prodotto ponendosi l'obiettivo di agevolare il lavoro del consumatore, portando sul mercato sistemi in grado di garantire risultati ottimali nel minore tempo possibile, abbassando i costi senza mai rinunciare alla qualità e all'attenzione al dettaglio, priorità nel settore automotive. Il tutto con un particolare occhio di riguardo al cliente, sostenendolo non solo prima e durante l'acquisto ma anche dopo, con un servizio di assistenza tecnica sempre in ascolto. Per potere raggiungere tali obiettivi Gelson adotta una politica user centered, puntando ad instaurare con la clientela rapporti personali a lungo termine. Dunque, il consumatore con le sue esigenze è il punto di partenza del processo produttivo; seguono un'attenta e costante indagine di mercato e gli approfondimenti del laboratorio di ricerca e sviluppo. La diretta conseguenza di questo impegno è una gamma di prodotti italiani di qualità, che rispondono direttamente alle richieste di una clientela fatta di professionisti esigenti e attenti. Oggi, con un'esperienza sessantennale alle spalle, Gelson vuole guardare al futuro integrando la modernità nel processo produttivo, nelle dinamiche organizzative dell'azienda e non solo. Il marchio italiano punta infatti ad un cambio d'abito partendo dalla totale rivoluzione della sua identità che lo proietta verso un futuro dinamico

ed energetico, senza mai dimenticare i valori che ne costituiscono le fondamenta.

IL LOGO

La nuova brand identity, in particolare il nuovo logo, è figlio dei vecchi, ne contiene le caratteristiche salienti come l'inclinazione del logo degli anni 60 che lo rende dinamico, in movimento verso il futuro; il peso di quello degli anni 80, dato da un carattere tipografico spesso, che comunica stabilità, tradizione, sicurezza; l'elemento grafico delle linee orizzontali nel vecchio logo che acquista dinamismo e diventa parte integrante della "G".

I COLORI

Anche i colori sono una rivisitazione moderna del vecchio rosso, ora più acceso, e del giallo che diventa un verde acido, quasi fluo, riportando alla memoria le luci delle scritte al neon e ispirando sogni in un cyberspazio così com'è dipinto dal cinema contemporaneo.

IL PAYOFF

Il payoff, o "motto", rafforza l'identità sottolineando il connubio tra innovazione e tradizione. La frase "La qualità è passione" parla di un progetto che nasce dal sogno e dalla passione di un uomo comune che, con costanza e impegno, ha dato vita ad una realtà che ancora oggi è sinonimo di Made in Italy.

