



COMUNICATO STAMPA

CELLULARLINE COMPIE 30 ANNI

(R)EVOLUTION VERSO IL FUTURO: ARE YOU READY?

Reggio Emilia, 9 marzo 2020: **Cellularline S.p.A**, nata nel 1990 come società di distribuzione per i primi telefoni cellulari e presente oggi in oltre 60 paesi, celebra il 2020 spegnendo le sue prime 30 candeline. Trenta anni di storia, crescita e continui risultati, che l'hanno portata a diventare leader nella ricerca, sviluppo, produzione e commercializzazione di accessori tecnologici per Smartphone e Tablet e, nel luglio 2019, a quotarsi alla Borsa Italiana nel segmento STAR dell'MTA (Mercato Telematico Azionario).

Nel corso degli ultimi anni, l'Azienda ha implementato un significativo processo di crescita e diversificazione del proprio portafoglio marchi e in occasione del trentennale, presenta al mercato un ambizioso progetto di riposizionamento strategico e rinnovamento del *marketing mix* del suo brand principale: Cellularline.

From *Smartphone to Smartlife*: questo il concetto che sta alla base del progetto e che abbraccia il *brand* e tutte le leve distintive che lo caratterizzano. Cellularline continua nel suo percorso di specializzazione verso l'offerta di un eco-sistema completo di soluzioni che rispondano perfettamente ai cambiamenti del mercato e ai desideri degli utilizzatori finali: esigenti, smart e alla ricerca di prodotti performanti.

Cellularline è vicina al loro mondo con soluzioni innovative e specifiche, in grado di semplificare la vita di tutti i giorni e di connetterli alla *smartlife* che sempre più li caratterizza.

"Il mercato e le persone stanno cambiando, la **(R)EVOLUTION** è necessaria per far evolvere coerentemente il nostro main brand e mantenere la leadership. Cellularline racconta una storia, fatta di funzionalità, affidabilità, sicurezza e trasparenza. Siamo già riconosciuti per i nostri prodotti all'avanguardia, pratici e unici, che semplificano e potenziano l'utilizzo quotidiano dei device tecnologici. Vogliamo esserlo anche per la capacità di iper-specializzare la nostra offerta e rispondere ancora più propriamente alle esigenze di chi ci sceglierà. I primi 30 anni sono passati, ora siamo pronti a scrivere il nuovo capitolo della storia Cellularline" afferma Alessio Lasagni, *Marketing & Digital Director* di Cellularline.

IL PUNTO DI PARTENZA: NUOVO LOGO, NUOVA IDENTITA' VISIVA E CATEGORIZZAZIONE PRODOTTI

Un nuovo tratto grafico per Cellularline a testimonianza della (R)EVOLUTION che non ne snatura l'identità ma, anzi, da un lato mantiene un forte contatto con il passato e dall'altro traghetta il brand verso il nuovo modo di rappresentarsi e farsi conoscere. Unicità, iconicità e riconoscibilità per un nuovo logo declinato in diversi segmenti di specializzazione dell'offerta che nascono da ricerche di mercato e conseguente identificazione di come l'utilizzatore approccia la categoria accessori e ogni area di offerta in essa compresa. A ognuno di questi segmenti corrisponderà un naming e un color coding specifico, che rende il prodotto molto più attraente e facilita il consumatore nella sua navigazione dentro l'offerta e nella corretta identificazione del prodotto desiderato. Cambiata anche la *visual identity* del packaging, che segue i colori di ogni categoria e descrive, attraverso la simbologia, le informazioni tecniche ed esalta il prodotto.

IL NUOVO PASSO: VERSO LA SOSTENIBILITA'

L'attenzione verso il nostro pianeta e le generazioni future è un impegno imprescindibile, parte integrante del processo di innovazione in atto e coerente con il DNA da *leader* dell'azienda.

Anche nel progetto (R)EVOLUTION traspare il grande focus messo in campo e, nello specifico, le novità più rilevanti riguarderanno:

1. Materiali di confezionamento:
 - a. tutta la carta utilizzata per la produzione dei *pack* sarà certificata *Forest Stewardship Council (FSC)*¹, con la garanzia quindi di contribuire concretamente ad una gestione responsabile delle foreste;
 - b. gli inchiostri utilizzati per la stampa dei *pack* saranno al 100% di soia, riducendo quindi in modo significativo l'utilizzo di materiali di derivati dalla lavorazione petrolio.
2. Significativa riduzione nell'utilizzo di plastica dentro e fuori dal *pack* (confezionamento esterno).

Sulla riduzione dell'impatto ambientale Cellularline Group, coerentemente con i propri principi etici da un lato e la fattibilità tecnica dall'altro, lavorerà per step andando a comunicare in maniera puntuale i progressi ottenuti, a partire dal 2020 in avanti.

L'innovazione e l'evoluzione non si fermano, e lo sguardo strategico di Cellularline è sempre rivolto al futuro. Essere leader non significa solo eccellenza in termini di qualità, design e innovazione, ma anche fare proprio un sistema valoriale che pone il consumatore e l'ambiente al centro del proprio modo di operare.

La (R)EVOLUTION è iniziata. Siete pronti per il futuro?

Il presente Comunicato è disponibile sul sito della Società www.cellularlinegroup.com.

Cellularline S.p.A., fondata a Reggio Emilia nel 1990, è, con i marchi Cellularline, PLOOS, AQL, MusicSound e Interphone, l'azienda leader nel settore degli accessori per smartphone e tablet. Il Gruppo si pone come punto di riferimento tecnologico e creativo negli accessori per dispositivi multimediali con l'obiettivo di offrire agli utilizzatori un accessorio con prestazioni eccellenti, facilità d'uso e unicità esperienziale. Il Gruppo impiega oggi circa 220 dipendenti ed i prodotti a marchio Cellularline sono commercializzati in oltre 60 paesi.

Cellularline S.p.A. - Investor Relations

Tel. +39 0522 33 40 02

E-mail: ir@cellularlinegroup.com

Barabino & Partners - Media Relations

Federico Vercellino

E-mail: f.vercellino@barabino.it

E-mail: f.vercellino@barabino.it

Mob: +39 331 5745171

¹ Forest Stewardship Council (FSC) è una organizzazione no-profit internazionale che ha come obiettivo promuovere la gestione responsabile delle foreste. <https://it.fsc.org/it-it>