

Brasport se métamorphose, et fait des vagues.

La Chaux-de-Fonds, le 17 novembre 2014. Nouvelle identité, nouveau site internet et nouveaux supports : Brasport se métamorphose ! Un art de la transformation que la Maison maîtrise sur le bout des doigts ; elle travaille et sublime les cuirs depuis près de sept décennies sous forme de bracelets de montres principalement, mais de maroquinerie également. Un renouveau synonyme d'engagement, de pérennisation - et de légitimité. En effet, l'entreprise familiale est aujourd'hui une Holding de plus de six cent employés, présente aux quatre coins du globe, et produit plus de deux millions de pièces par an. Brasport continue à faire des vagues... et compte bien le faire savoir!

Ce 17 novembre donne le ton. Très littéralement, il est brun cuivré. Plus symboliquement, il dévoile la nouvelle identité de Brasport. De la petite entreprise fondée en 1946 par Albert Dubois, à la Holding d'aujourd'hui, de nombreux jalons ont été posés, avec, comme ligne directrice, l'audace. Et l'excellence, toujours. En 68 ans, la Maison a collaboré avec les plus grands noms et a relevé le défi de positionner la société sur tous les segments de marché tout en démultipliant son expertise pour proposer, entre autre, un Service après-vente aux marques horlogères ou l'usinage de pièces et le prototypage.

L'image d'un Groupe.

Célébrer cette nouvelle identité de Groupe c'est aussi un moyen de jeter un regard sur l'histoire écrite et cette remarquable expansion. Sous les slogans « Switzerland - Since 1946 » et « Straps and Leather Good Switzerland », la Maison réunit l'Europe, l'Amérique, l'Asie et le Moyen-Orient et rassemble bureaux commerciaux, centres SAV et usines de productions. Fleuron de l'industrie, Brasport c'est avant tout un esprit de famille. Un esprit des lieux qui s'exporte aux quatre coins du globe. Un esprit de cohésion qui convainc les fournisseurs. Un esprit solidaire qui unit les équipes. Et aujourd'hui un esprit graphique qui réunit et exprime cette ADN unique.

De nouvelles histoires de vagues.

Tout en innovant, Brasport pérennise ses acquis. Le logo qui représentait la montre et son bracelet est conservé, mais retravaillé dans un esprit plus contemporain. Peut-être aussi que la Maison ressent moins le besoin de l'exprimer aussi littéralement. C'est en tout un cas un demi cercle et des vagues plus fines et plus ondulées qui ornent désormais les documents officiels et jouent la couleur en fonction des départements. Et qui dit nouvelle identité dit également nouvelle communication. Le site internet (www.brasport.com) est repensé et décliné en français, anglais et chinois traditionnel. Une brochure institutionnelle voit également le jour ainsi qu'un cahier tendances qui sera édité deux fois par année et annoncera les teintes et matières qui feront le *show* la saison suivante.

Mais pour l'instant, une fois n'est pas coutume, laissons Brasport prendre le devant de la scène... et *faire des vagues* !

Contact presse:

Nihal Ceylan - n.ceylan@brasport.ch - + 41 32 967 70 60