



Extrait du gilles caffiaux

<http://cgsebdeb.fr/spip.php?article132>

# RM peinture automobile

- Ma vie au travail..... - RM peinture automobile -



## Description :

R-M : une nouvelle identité visuelle pour une marque Premium, et la mise en avant de sa valeur fondamentale : l'esprit de partenariat. New peinture Garage Pointe Sirette Citroën Savigny sur Orge.

---

**gilles caffiaux**

---

**Un logo modernisé en 3D, une nouvelle charte graphique, une nouvelle campagne de publicité, ... R-M, marque d'excellence dans la réparation automobile valorise son capital, afin de soutenir l'attractivité et l'identité de la marque auprès de ses clients. L'esprit de partenariat qui s'inscrit dans des valeurs fondamentales pour R-M, vient d'être mis en avant dans la communication de l'entreprise.**

### [New RM >](#)

Aujourd'hui, la marque entreprend une cure de jouvence, en modernisant son logo et sa charte graphique, tout en restant fidèle à l'identité qui fait sa force depuis l'origine. Le changement dans la continuité... « L'idée est de moderniser et de continuer à capitaliser sur un logo que tout le monde connaît, et qui a su, au fil des années, gagner et renforcer la confiance et la sympathie des clients » souligne Gésine Arend-Heidbrinck, Responsable Communication R-M. Connaissez-vous la signification des lettres R et M ? Ce sont les noms des fondateurs : Fred Rinshed et Herbert Mason qui ont créé la marque de peintures automobile, en 1919, à Detroit, au coeur de l'industrie américaine. Le célèbre hexagone représentant un symbole chimique reste toujours facilement identifiable grâce à un traitement en 3D. La charte graphique, elle aussi, a été revue dans la continuité, tout en mettant plus en valeur les équipes de R-M, leur dynamisme et leur esprit novateur. Une nouvelle identité visuelle « Marque d'excellence, esprit de partenariat »... À travers cette nouvelle apparence, toujours proche du coeur de métier, R-M, mieux que jamais, exprime avec force la personnalité unique d'une marque haut de gamme, reconnue pour sa capacité d'innovation et son esprit de partenariat. La philosophie R-M repose sur les quatre piliers de l'offre globale : qualité des produits, expertise couleurs, fiabilité et pertinence des services, programmes de formation adaptés. Une marque qui a toujours placé le métier de ses clients au coeur de sa stratégie, et qui a su, depuis près d'un siècle, tisser avec eux des relations très fortes, fondées sur la confiance et la recherche permanente d'une rentabilité optimale pour les utilisateurs.

Logo et charte graphique seront déclinés sur tous les supports de communication R-M, et bientôt sur le site Internet entièrement « relooké » que l'on pourra découvrir prochainement. Valoriser l'esprit de partenariat En attendant, c'est la nouvelle campagne de presse qui ouvre le ban : une campagne qui met l'accent sur la perfection, le partenariat client et la valeur humaine. « Dans cette campagne, notre démarche est très concrète et focalisée sur le client. À travers une approche testimoniale, nous mettons en avant les hommes et les femmes qui travaillent avec R-M et qui, grâce à leur talent, savent tirer tout le parti de notre offre. Nous souhaitons valoriser l'esprit de partenariat et l'excellent résultat obtenu avec R-M, avec pour objectif de toujours trouver la meilleure solution » explique Gésine Arend-Heidbrinck. Un esprit de partenariat pour des résultats parfaits sont bien les messages-clés de cette campagne signée du célèbre slogan « Perfection made simple ». \*

\* La perfection en toute simplicité