

AUTOMOTIVE BRAND CONTEST 2014 : LE MAGAZINE CLIENT DE BUGATTI, ETTORE, REÇOIT UNE DISTINCTION DU RAT FÜR FORMGEBUNG



Le Rat für Formgebung (Conseil allemand du design) a décerné une distinction spéciale au magazine client de Bugatti dans le cadre de l'édition 2014 de son Automotive Brand Contest. La revue, intitulée ettore en hommage au fondateur et patron de la marque, Ettore Bugatti, a reçu

une « Mention spéciale » dans la catégorie « Publications d'entreprise ». Bugatti édite ettoire conjointement avec la maison d'édition Delius Klasing Verlag.

« Notre magazine client est aussi unique et exclusif que nos véhicules, et illustre tout autant que la Veyron les valeurs de notre marque : "Art, Forme, Technique" », déclarait M. Stefan Brungs, membre de la Direction Générale de Bugatti Automobiles S.A.S. chargé des services Ventes, Marketing et Service Après-Vente, lors de la remise de prix en marge du Mondial de l'Automobile à Paris. « Une équipe très réduite y consacre beaucoup de passion et de créativité, afin que chaque numéro offre à notre clientèle des histoires originales qui montrent Bugatti dans sa vitalité, et lui donnent l'impression de faire partie de cette marque à part. Nous sommes ravis de cette distinction. »

Jürgen Lewandowski, écrivain et journaliste indépendant allemand, qui est également l'un des six jurés du Rat für Formgebung, justifiait ainsi cette distinction : « De même que chaque Bugatti est une œuvre d'art individuelle, chaque numéro d'ettore a son caractère propre — étonnant, émouvant, unique. ettoire montre quel niveau de qualité les magazines client peuvent atteindre lorsqu'on leur laisse l'espace de liberté nécessaire. »

Le magazine Bugatti ettoire reflète les attributs de la marque, mais il est également à l'image du style de vie et de l'attitude de son lectorat exclusif. Comme chaque Bugatti, chaque numéro du magazine possède son propre profil, qui se dégage de récits sur des personnalités et des évènements, issus par exemple du domaine de l'art et de l'automobile. Quelques rubriques récurrentes sont consacrées à l'histoire de Bugatti, à des évènements Bugatti particuliers de notre époque ainsi qu'à des portraits de collaborateurs et de clients adeptes de cette marque de luxe. Les annonces publicitaires sont résolument exclues d'ettore.

Visuellement, le magazine prend le parti de la clarté, tout en se concentrant sur les détails raffinés et extraordinaires qui font d'ettore quelque chose de particulier. Le langage graphique est exclusif et de grande classe. La mise en page et les illustrations soutiennent les contenus sans toutefois les dominer. La composition, associant des éléments amples à d'autres extrêmement petits, se marie parfaitement au format exceptionnellement grand de la revue (30 cm par 36).

ettore paraît deux fois par an en langue anglaise. L'édition est strictement limitée, les exemplaires étant exclusivement expédiés au cercle très fermé des propriétaires de Bugatti du monde entier. Chaque revue est numérotée à la main sous la forme d'une étiquette argentée apposée sur la couverture, et dotée du logo Bugatti appliqué manuellement sur la quatrième de couverture. Chaque destinataire est ainsi assuré de recevoir un produit individualisé : son magazine client personnel.

Le Rat für Formgebung, basé à Francfort-sur-le-Main, est l'initiateur et l'organisateur de l'Automotive Brand Contest 2014. Cette fondation est l'un des centres de compétence mondiaux à la pointe de la communication et du transfert de connaissance en matière de design. L'Automotive Brand Contest est le seul concours international de design pour les marques automobiles. Il est devenu en très peu de temps un évènement important de la branche. Avec ce concours, le Rat für Formgebung récompense l'excellence dans le design des produits et de la communication, et attire l'attention sur l'importance élémentaire de la marque et du design de marque dans la branche automobile. Les distinctions sont remises pour 10 catégories, ainsi que quatre catégories spéciales. Ces catégories couvrent l'ensemble du spectre du design, depuis le design et les concepts de véhicules jusqu'aux campagnes et aux évènements en passant par le design de marque et la connectivité multimédia.