

Eurofred presenta la sua nuova identità a Mostra Convegno per riflettere la sua evoluzione e celebrare i 60 anni.



- Eurofred rinnova il suo logo, il *baseline* e l'universo visivo per evidenziare la trasformazione interna ed esterna realizzata negli ultimi anni e la sua proiezione verso il futuro.
- L'evoluzione dell'identità corporativa fa parte della strategia di Eurofred per consolidare il suo posizionamento come punto di riferimento nel settore.
- Eurofred presenta a MCE la sua nuova identità e le novità di prodotto Fujitsu e Daitsu

Milano, 25 marzo 2026. Eurofred, azienda multinazionale specializzata in soluzioni di climatizzazione e comfort termico, presenta la sua nuova identità corporativa in occasione del suo 60° anniversario. Questa evoluzione visiva e concettuale è una decisione strategica volta a rendere tangibile la trasformazione interna ed esterna che l'azienda ha realizzato negli ultimi anni, proiettandosi verso il futuro con un approccio più umano e guidando la trasformazione del settore.

La nuova identità nasce con un obiettivo chiaro: **trasmettere che Eurofred è in costante movimento e unificare la sua presenza in tutti i Paesi in cui opera**, evolvendo con la stessa energia che accompagna l'azienda dal 1966. Il logo è stato rinnovato con un **carattere tipografico più compatto e solido**, accompagnato da **linee curve che apportano dinamismo e coerenza**, riflettendo oltre sei decenni di esperienza e una visione orientata al futuro.



Eurofred presenta inoltre un **nuovo universo visivo**, pensato per arricchire la comunicazione del marchio e renderla più vicina, emozionale e memorabile. Questo linguaggio incorpora un elemento grafico centrale: un **flusso d'aria rappresentato attraverso particelle in movimento**, un chiaro riferimento all'attività dell'azienda e alla professionalizzazione ed efficienza che la caratterizzano. Questo elemento conferisce vitalità al marchio e un'estetica aspirazionale che connette con le persone e con l'essenza del settore.

"La nuova identità ci permette di esprimere con maggiore chiarezza l'essenza di Eurofred e trasmettere uno sguardo rinnovato verso il futuro. Riflette ciò che siamo: un'azienda in costante evoluzione, con una solida traiettoria di oltre 60 anni e una chiara ambizione di continuare a crescere. Non rappresenta una rottura con il passato, ma un aggiornamento della nostra voce per rappresentare una realtà costruita attraverso una trasformazione interna, che mira a comunicare una proposta di valore più centrata sulle persone, sulla collaborazione e sulla crescita condivisa", afferma **Virginia Botey, Direttrice Marketing e Comunicazione di Eurofred Group.**

Un'identità che accompagna una trasformazione reale

Oltre al rinnovamento visivo, la nuova identità corporativa esprime esternamente una profonda evoluzione che Eurofred ha portato avanti negli ultimi anni. L'azienda ha ridefinito il proprio modo di lavorare, ha rafforzato il talento interno e ha integrato nuove figure professionali per accelerare la propria crescita. Ha inoltre riorganizzato la struttura commerciale per essere più vicina ai clienti e ha ampliato il portafoglio di soluzioni con i principali partner tecnologici.

Questa trasformazione si riflette in iniziative come lo sviluppo di nuovi canali di vendita, la spinta verso un maggior servizio, la revisione di processi chiave, l'ottimizzazione dell'area post-vendita e la promozione della formazione professionale attraverso l'esperienza Academy. Tutto ciò con un obiettivo comune: **offrire un servizio più agile, efficiente e orientato alla soddisfazione del cliente.**

***Together. Inspired.* una dichiarazione di intenti**

Il nuovo *baseline* del marchio, ***Together. Inspired.***, sintetizza la filosofia che guiderà Eurofred in questa nuova fase.

- **Together (insieme)** esprime la volontà di lavorare in modo collaborativo, internamente ed esternamente, valorizzando il talento e rafforzando la relazione con installatori, professionisti, distributori e fornitori.
- **Inspired (ispirati)** rappresenta l'ambizione di innovare, aprire nuove strade e sviluppare proposte di valore che favoriscano il futuro del settore. È un invito a pensare in modo diverso, a semplificare i processi, ad adottare nuovi strumenti e a continuare a evolvere con una visione aspirazionale.

"In questa nuova fase, confermiamo il nostro impegno a essere vicini ai clienti e al settore, costruendo relazioni solide che ci permettono di comprendere le loro esigenze e anticiparne i bisogni. La collaborazione con installatori, distributori e partner in tutta Italia ci consente di continuare a innovare e rafforzare il nostro ruolo nelle soluzioni di climatizzazione efficienti e sostenibili. La presentazione della nostra nuova identità a Milano conferma il nostro impegno verso il mercato italiano e la volontà di crescere insieme ai nostri clienti." sottolinea **Maximiliano Castiglioni, Eurofred BU Italy Managing Director**

Un marchio pronto per i prossimi 60 anni

Con questa evoluzione, Eurofred rafforza il suo posizionamento come azienda innovativa, vicina e orientata al futuro. La nuova identità non solo celebra sei decenni di storia, ma segna l'inizio di una fase in cui l'azienda vuole continuare a ispirare il settore e accompagnare i clienti con soluzioni di climatizzazione efficienti, sostenibili e ad alto valore aggiunto.

Eurofred dimostra così che la sua evoluzione non si ferma: **l'azienda è in continuo movimento, con l'esperienza del passato e l'ambizione del futuro.**

Guarda il video della nuova identità di Eurofred <https://youtu.be/cuM82-1voso>