



PRESS RELEASE

NTN-SNR hace el mundo "Nameraka" y desvela su nueva identidad visual

Con una rica experiencia de más de 100 años en numerosos sectores como la industria, el sector aeroespacial y el sector automóvil, NTN-SNR ha sabido adaptarse para hacer frente a los cambios del mercado gracias, en particular, a innovaciones tecnológicas punteras que responden a las expectativas de los clientes. Con el fin de alinear su imagen con su posicionamiento, NTN-SNR reafirma su identidad a través del lema «Make the world Nameraka» compartido por el conjunto del Grupo en todo el mundo, y se afirma como NTN en Europa. Esta nueva filosofía, construida en torno a la palabra de origen japonés *Nameraka*, combina una dimensión tecnológica, el dominio de las fricciones y una cierta visión del mundo, de la fluidez del movimiento y de la armonía con el medio ambiente, reflejando el saber hacer, el liderazgo y la visión para el futuro del Grupo, que se impone como una empresa internacional globalizada.

UNA FILOSOFÍA COMÚN

Basada en valores fuertes y compartida por las diferentes entidades, la filosofía «Make the world Nameraka» resume perfectamente la visión del Grupo. Orgulloso de estar al servicio del movimiento, el principal objetivo de la empresa es ser actor del cambio participando en la construcción de un futuro más fluido, más móvil y más armonioso basado en un uso más eficiente de la energía.

A nivel europeo, esta filosofía se articula alrededor de 4 palabras clave :



- **Juntos**

¿Quiénes somos? Estamos juntos al servicio del movimiento.

- **Diseño**

¿Qué hacemos? Diseñamos y fabricamos piezas de ingeniería de alta precisión.

- **Armonía**

¿En qué creemos? Creemos en una sociedad armoniosa.

- **Movilidad positiva**

¿Qué estamos buscando? Estamos construyendo una movilidad positiva.

Esta identidad corporativa común, es un fuerte eje del plan de desarrollo del Grupo, permitiéndole afirmarse a nivel mundial como una única identidad. Elemento unificador en toda Europa, también tranquiliza a los clientes en busca de socios fuertes y globalizados. Internamente, esta nueva imagen genera un sentimiento de pertenencia y desempeña también un papel clave: demuestra que NTN es un Grupo sólido, dotado de los recursos necesarios para afrontar los retos de la crisis y los grandes cambios que se están produciendo

actualmente en los mercados.

UNA IDENTIDAD FUERTE...

Más legible y sobre todo muy diferenciador, este cambio de identidad es también la ocasión para renovar los mensajes y modernizar los códigos visuales de NTN en Europa reflejando así una mejor imagen del Grupo. Combinando positividad, futurismo e innovación, traduce en efecto las evoluciones conceptuales y tecnológicas de las aplicaciones NTN aprovechando al mismo tiempo un Grupo mundial con espíritu pionero que no ha dejado de desarrollar su conocimiento, en particular, mediante la adquisición de SNR en Europa hace más de 15 años.

Con líneas depuradas de colores originales e inéditos, el industrial destaca en sus mercados y muestra una nueva dinámica. Este impulso acompaña la voluntad del Grupo de retomar la palabra asumiendo a la vez su liderazgo a través de valores fuertes y una nueva manera de innovar privilegiando un I+D abierto, basado en colaboraciones.

... COMPARTIDA POR LAS UNIDADES DE NEGOCIO

Más allá de la apropiación del lema «Make the world Nameraka» por la parte corporativa de la empresa, NTN llevó a cabo una reflexión conjunta con sus diferentes unidades de negocio o *business units*. La intención es articular y compartir esta filosofía con cada una de ellas para asegurar la coherencia general y una verdadera base operativa. De esta manera, las BU facilitan, materializan y transmiten la visión del Grupo a diario con "baselines" específicas para cada una:

BU Automóvil : « Let's make the world a better road to drive »*

(*Hagamos del mundo un mejor camino para conducir)

- BU Aeroespacial : « Let's make the world a sharing space »*

(*Hagamos del mundo un espacio para compartir)

- BU Industria : « Let's make the world move forward »*

(*Hagamos que el mundo avance)

Esto también se refleja en tres mensajes sólidos que sirven de directrices para el Grupo: asegurar y asumir su liderazgo en el mercado automóvil, conservar su espíritu pionero en el sector aeroespacial y aportar soluciones innovadoras y eficientes para el mundo industrial.

La nueva identidad de NTN en Europa se implementará en varias etapas a partir del 30 de

septiembre de 2021.

CONTACTO PRENSA

Elena FERNÁNDEZ

Elena.fernandez@ntn-snr.es