



Comunicado de prensa
23 de junio 2010

Packard Bell: dando forma a las tendencias del presente y del futuro

Casi un año después de su cambio de imagen, Packard Bell ha dado varios pasos hacia su propuesta de valor diferenciada, sinónimo de productos "**muy Modernos y a la Última**", con **Diseño y Fáciles de utilizar**. Esto se muestra en las nuevas ofertas lanzadas durante el año pasado, destinadas a los usuarios preocupados por el estilo que quieren productos de alta calidad únicos y distintivos que faciliten a la vez sus vidas digitales.

El corazón de la identidad de la marca Packard Bell ha estado siempre íntimamente ligado a un diseño elegante, simplicidad y complicidad desde su primera aparición en 1926. Estos valores siguen vigentes y actualizados.

Además, la nueva identidad visual de Packard Bell expresa el entendimiento de las tendencias de la marca y su capacidad de reinventarlas, comprendiendo los orígenes del deseo y la transformación, evolucionando y creando gracias a su mente imaginativa ilimitada: el espíritu de Packard Bell reinventa las tendencias actuales y crea el marco para los futuros avances. Esto es algo más que tecnología. Es un estilo de vida, una experiencia de vida y una reflexión de la forma que tenemos de ver el mundo.

En los últimos meses se han añadido nuevos colores atractivos a la gama de productos de Packard Bell, junto con la exclusiva aplicación **Packard Bell Social Networks** que permite a las personas gestionar toda su vida social en línea con más facilidad que nunca.

Ya era hora de que Packard Bell presentase una nueva línea, con una gran atención al estilo, los detalles y las características inteligentes, que le hagan pensar "que es exactamente el producto que había soñado".

Productos adecuados para todas tus necesidades informáticas

Packard Bell sabe de la importancia del diseño, la movilidad y el ahorro de espacio para contribuir a la experiencia del usuario; por eso la marca decidió invertir en I+D y en encuestas a los consumidores para fabricar productos que sean siempre más elegantes y más portátiles.

Pronto lanzaremos en todos los países europeos:

- **EasyNote Butterfly s:** más que un portátil, es una experiencia, un estilo de vida superior. El portátil más fino y liviano de Packard Bell (sólo 19 mm¹, 1,75 Kg), es el compañero perfecto para un estilo de vida moderno siempre en movimiento.

¹ 0,75 pulgadas.



- **Serie EasyNote X:** perfecta para usuarios que desean diversión multimedia y rendimiento productivo en un estilo excelente, fino, liviano y eficiente en energía.
- **dot s:** con su avanzado diseño de 360°, es el netbook más fino y ligero² de la gama ultramóvil de Packard Bell: ¡no sólo es un compañero cotidiano, también es una adorable obra de arte en tu vida!
- **Series dot a y dot u:** diseñadas para los usuarios preocupados por el estilo que desean disfrutar de entretenimiento en alta definición cuando se desplazan.

Además, Packard Bell enriquece su línea de verano con:

- **oneTwo:** el nuevo PC todo en uno de Packard Bell que añade un estilo moderno a tu hogar y una nueva manera de usar la tecnología.
- **Maestro LED 220 y 240:** monitores de pantalla panorámica ultrafinos que ofrecen una experiencia de visión extraordinaria además de ser respetuosos con el medioambiente.
- **Studio HD Edition:** reproductor diseñado para entusiastas de entornos multimedia que desean el ejecutor de alta definición de aspecto más distinguido.

Con esta nueva línea Packard Bell concluye un año rico en cambios importantes y pone de manifiesto su nuevo posicionamiento en el mercado.

Ese es el asombroso resultado impulsado por la estrategia multimarca del Grupo Acer, gracias a la cual ha sido capaz de establecer objetivos de usuario e identificar los ideales a los que aspiran estos usuarios, y luego desarrollar productos que reflejan sus deseos y necesidades.

La clasificación de las actitudes de compra de los usuarios primero y la definición de las propuestas de valor de marca después, permiten al Grupo Acer preservar la identidad y personalidad de cada marca evitando con ello cualquier solapamiento o canibalización entre las marcas que la empresa posee (Acer, Packard Bell, Gateway y eMachines).

Packard Bell, sinónimo de estilo y tendencias, ha encontrado más afinidad con un grupo de usuarios que busca una marca fiable que pueda ofrecer dispositivos simples y fáciles de usar, con los que puedan identificarse y reconocer su propia personalidad, los denominados "Tendencias y Estilo de Vida".

La definición de las identidades de marca encontrada en los segmentos de usuarios relativos ha permitido al Grupo Acer completar su estrategia multimarca, revolucionando el desarrollo de sus productos y presentando así una nueva gama de productos con un estilo distintivo para cada marca. El usuario será capaz de asociar una memoria a cada línea, cada curva de la carcasa, una emoción que le permitirá establecer una relación exclusiva y única con la marca y el propio producto.

o o o o o

² Grosor de 0,94 pulgadas, pesa sólo 1,1 Kg con el paquete de baterías de 3 celdas



Sobre Packard Bell

Packard Bell fue pionera en llevar el uso del PC al hogar, convirtiendo una herramienta de oficina en un elemento cómodo e indispensable en la vida cotidiana. Productos con estilo y amplias prestaciones, accesibles a todo el mundo, son el sello distintivo de la marca, una combinación única que ninguna otra marca del mercado europeo ofrece en la actualidad. En 2008, la empresa con sede en Taiwán Acer Inc. adquirió Packard Bell. En 2009, el Grupo Acer se benefició plenamente de su estrategia multimarca, consolidándose como la segunda empresa de PC más grande del mundo y el proveedor mundial número dos de portátiles. Dentro del Grupo Acer, Packard Bell se esfuerza por diseñar productos respetuosos con el medioambiente y establecer una cadena de suministro verde a través de la colaboración con los proveedores.

Para obtener más información, le rogamos visite www.packardbell.com & www.packardbell.es

Todos los precios se dan únicamente a título informativo e incluyen el IVA.

La autonomía de batería indicada está basada en las pruebas en modo de productividad de MobileMark 2007® con la conexión inalámbrica activada. Puede encontrar detalles de las pruebas de MobileMark2007® en www.bapco.com. Los valores de autonomía de batería se indican únicamente para fines comparativos. La autonomía de batería real varía según el modelo, configuración, aplicaciones, parámetros de gestión de energía, condiciones operativas y características utilizadas. La capacidad máxima de una batería disminuye con el tiempo y el uso. © 2010 Packard Bell . Todos los derechos reservados. Packard Bell, el logotipo de Packard Bell, e EasyNote son marcas comerciales registradas de Packard Bell . Otras marcas, marcas comerciales registradas y/o marcas de servicios, indicadas o no, son propiedad de sus respectivos titulares.

Packard Bell HQ

Véronique Cosatti
Bâtiment K – Parc des Reflets – Paris Nord 2
165, avenue du Bois de la Pie
95940 Roissy Charles de Gaulle Cedex
E-mail: veronique.cosatti@packardbell.com

BreakOut Srl

Alessia Bianchi
Via Grazzini, 7 - 20158 Milan (Italy)
Phone: +39 02 87244321
E-mail: alessia_bianchi@breakout-agency.com

Packard Bell Iberica / 121Press

Francisco Soto
Tel: 91 849 65 51
E-mail: fsoto@121press.com
E-mail: juan@121press.com