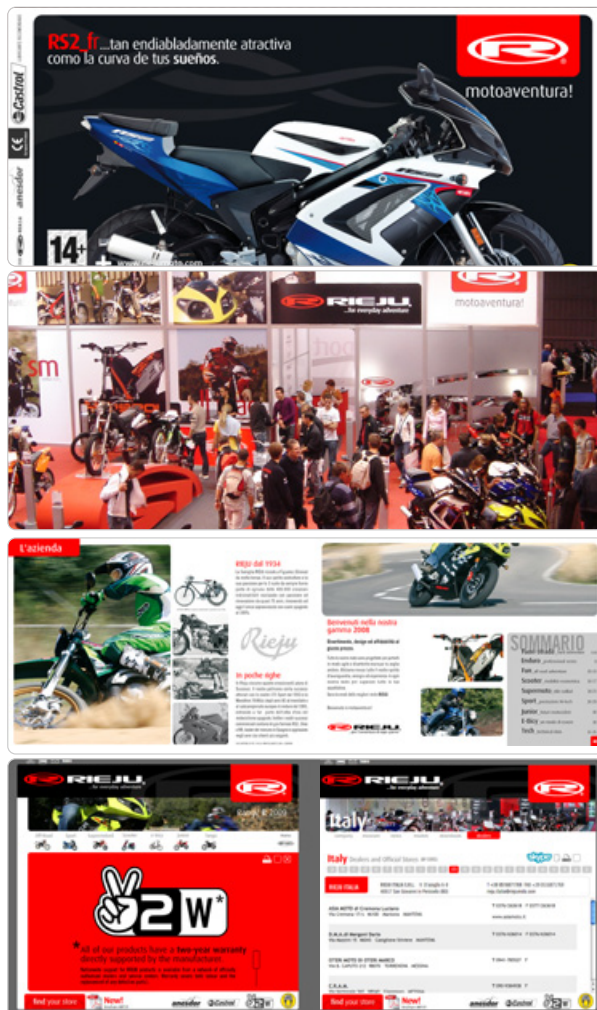


# RIEJU

Cliente: **RIEJU, S.A.** Año del proyecto: **1998-09** Tipología: **Estrategias de posicionamiento para producto y marca, diseño de producto y color&trim, eventos&exhibits, naming, web design.**

Rieju es un ejemplo de como una empresa evoluciona con espíritu de superación y mente abierta. Desde el inicio de mi colaboración, he fomentado el conocimiento y uso de una cultura casi desconocida al principio en RIEJU y de un valor vital para cualquier marca que sueñe en su futuro: la cultura del diseño. RIEJU es hoy el último fabricante con corazón 100% nacional que queda en España.



Fundada en 1934, Rieju (acrónimo de Riera y Juanola) confió ya en el año 1998 en mí para el re-diseño de la marca e imagen de producto, mostrándose por primera vez en el Salón Internacional del Automóvil de Barcelona (1989), evento que junto a los primeros materiales de promoción y una imagen de producto totalmente renovada vieron la luz después de muchas horas de intenso trabajo. Mientras otras marcas sucumbían (su apreciado competidor DERBI, sucumbía en el año 2001 siendo absorbida por el gigante Italiano Piaggio), RIEJU se proyectaba hacia el futuro.

Durante más de una década, la colaboración pasó por crear materiales promocionales, optimizar estéticamente los productos y sobretodo, fomentar el conocimiento de la marca (RIEJU empezó a exportar en el año 2004, representando hoy el 67% de su producción). Mientras las ventas en 1998 fueron de 9.360 unidades, en el año 2007 se vendieron 18.932 motocicletas.

Aunque durante un espacio de tiempo (2006-2008) me dediqué en exclusiva a esta compañía, durante muchos años colaboré con ella en proyectos "codo a codo" procurándole una estabilidad y proyección en la comunicación corporativa y de imagen de marca; creando materiales promocionales, gestión y creación estratégica de contenidos con los que se encontraron nuevos importadores o dealers y como no; se amplió el numero de usuarios de la marca.

Creé -siempre con más imaginación que presupuesto- materiales básicos para llegar a donde queríamos llegar: en el 2006 lideramos el segmento de marchas 50cc. nacional, con una cuota de mercado del 26,5%.

Hoy la marca RIEJU -y aunque en general es un momento muy bajo de negocio para el sector- es reconocida en toda Europa, con presencia en 23 Países.