

Communiqué de presse - le 31 octobre 2012

Brother partenaire de la 32^{ème} illumination des Champs Elysées !

Brother France, acteur clé sur le marché des solutions d'impression et de communication professionnelles, fête son 50ème anniversaire en beauté en participant à la 32^{ème} illumination des Champs Elysées.

Un partenariat d'envergure avec le Comité Champs Elysées

Fidèle à son engagement « At your Side. », Brother se joint au Comité Champs-Elysées et l'accompagne dans sa démarche écologique d'économie d'énergie record visant à réduire de 90% la consommation électrique totale utilisée pour les illuminations de la plus belle avenue du monde : « nous sommes ravis de participer à cet événement qui symbolise notre volonté de pleinement jouer notre rôle au sein de la société française et dans le cadre de ses enjeux environnementaux, conformément à notre Charte Globale et à la politique de Développement Durable de notre Groupe », déclare Mr. Hiroyuki Oguchi, Président de Brother France.

L'environnement, une priorité dans la politique de Brother



La charte du Groupe, signée par Brother au début du XXI^e siècle, définit les ambitions de la marque et ses règles de développement. Elle entérine la nécessité d'une évolution raisonnée autour de l'écologie, auquel Brother contribue par ses actions. Loin de la « mode » de la communication verte, Brother avance en respectant les valeurs défendues par ses fondateurs. Sa philosophie environnementale est mise en œuvre à travers un programme exemplaire, baptisé **Brother Earth**. Son objectif est de construire un modèle de développement raisonné et optimiste.

Le processus d'éco-conception apporte un avantage déterminant en termes d'économie d'énergie durant le cycle de fabrication des produits, mais également pour leur recyclage en fin de vie. Il se traduit également au niveau de la compacité de ces produits, signifiant une plus grande facilité d'utilisation et la réduction substantielle des matières premières entrant dans leur fabrication.

Brother présent depuis 50 ans en France, un tournant pour la marque

Depuis son origine, Brother va toujours plus loin en proposant des solutions innovantes et uniques pour satisfaire les besoins d'un marché en constante évolution. Brother célèbre cette année ses 50 ans en France : une occasion pour la marque japonaise de prendre une nouvelle orientation. Conscient de l'enjeu que représentent les nouvelles technologies, Brother, fabricant de périphériques d'impression, se diversifie et se positionne désormais comme un fournisseur de solutions sur des marchés inattendus. Une démarche qui démontre une nouvelle fois une volonté d'innover avec OmniJoin pour la visioconférence, les lunettes Airscouter ou encore le logiciel b-guard. Des solutions et des services que Brother met à la disposition de ses 20 millions de clients dans le monde.

A propos de Brother



Créée au Japon en 1908 et aujourd'hui mondialement reconnue, la marque Brother est implantée dans 44 pays. Ses produits sont vendus dans plus de 100 pays à travers le monde. D'abord spécialiste des machines à coudre industrielles, et fort d'un savoir-faire dans les systèmes de karaoké en ligne et dans le partage de données, le groupe Brother se développe et élargit continuellement son offre de produits et de services. Il se place aujourd'hui dans le peloton de tête mondial des constructeurs de périphériques d'impressions (imprimantes et multifonctions) et d'étiqueteuses électroniques.

Tout au long de son histoire, le Groupe a su intégrer et adapter dans sa culture d'entreprise les valeurs de son pays d'origine que sont le partage, la proximité, la solidarité, le challenge et l'évolution, avec toujours la même philosophie : "At your side." (A vos cotés).

S'appuyant sur sa politique de développement durable, baptisée « Brother Earth », Brother tient compte de l'impact environnemental de ses produits et auprès de ses partenaires. Brother France soutient quatre associations s'investissant dans la lutte contre les inégalités et l'aide à l'enfance : « A chacun son Everest », « Caméléon », « Les Enfants de l'Ovale », « Parrain par 1000 ».

L'année 2012 est haute en couleurs pour la filiale française du Groupe japonais, qui célèbre son 50ème anniversaire dans l'Hexagone. Plus d'informations sur www.brother.fr.

Contacts presse :

OXYGEN pour Brother

Carole Da Silva: 01 41 11 35 45 / cdasilva@oxygen-rp.com
Anais Loyzance: 01 41 11 23 99 / anais@oxygen-rp.com
Adeline Babel: 01 41 11 37 82 / adeline@oxygen-rp.com

Brother

Elodie Seng
Responsable communication transversale
eseng@brother.fr