

Case Logic fête 25 ans de conception de solutions nomades innovantes

**Case Logic simplifie le quotidien des consommateurs avec
des nouveaux produits et des gammes enrichies pour 2009**



Gembloux, Belgique, 5 février 2009 – Case Logic, le leader mondial des accessoires de rangement et de voyage, annonce aujourd'hui son 25ème anniversaire et profite de l'occasion pour faire le point sur les succès de 2008 et ses nouveaux projets pour 2009.

25 ans de solutions de rangement pratiques et élégantes

2009 marque les 25 ans de Case Logic, pionnier dans l'univers du stockage.

Case Logic a été fondée à Boulder (Colorado, USA) en 1984. Son objectif était simple : créer un rangement pour les K7 audio qui s'amoncèlent sur le siège arrière des voitures.

En 2009, Case Logic, devenu leader du marché dans le développement et la fabrication de rangements pratiques à usage quotidien, propose plus de 400 solutions innovantes.

Un observatoire des tendances : un design novateur avec une longueur d'avance

En observant de près le marché de l'électronique grand public, Case Logic vise à conserver son avance, ceci en concevant des solutions simples et attrayantes pour ranger et transporter les toutes dernières innovations technologiques.

L'exemple le plus récent de cette démarche est la gamme adaptée aux nouvelles dimensions des ordinateurs portables ; les écrans de 16" remplaceront bientôt totalement les 15.4", de la même manière que les 18" prendront bientôt le pas sur les 17". Case Logic a donc ajusté ses sacoches, housses et autres attachés cases en fonction du marché.

"Case Logic met continuellement les produits au goût du jour, en faisant évoluer leur design en fonction des changements" explique Julia Rost, Product & Marketing Manager pour Case Logic Europe. " Etre toujours à la pointe des dernières innovations demande aux équipes de R&D des efforts constants pour s'assurer que nos produits resteront originaux, fonctionnels et continueront de mériter tous les brevets leur ayant été attribués ces dernières années. "



lancements de nouveaux produits:

- **TNC** (*Traditional Notebook Cases*) : des sacoches pour 16" et 18", des trolleys pour 16" et des sacs à dos ;
- **CLC** (*Corporate Collection*) : des sacoches pour 16" et 18", des trolleys et des sacs à dos Security Friendly pour 16" ;
- Une nouvelle génération d'**étuis** (pour lecteurs MP3, iPods et téléphones portables) ;
- Des étuis pour **GPS** venant enrichir les gammes existantes et s'adaptant aux derniers modèles. Ecrans allant jusqu'à 5.3" ;
- La ligne photo **SLRC** verra certains points améliorés, notamment le système de hamac accueillant le boîtier, les séparations modulables, les mousses de protection à mémoire et l'EVA, etc ;
- De nouvelles housses et sacoches pour les netbooks ;
- Le consommateur trouvera également des housses et sacoches au **design urbain** pour ordinateurs portables, iPods, téléphones portables et appareils photo avant la fin de l'année.

Une réflexion au-delà du profit et de la production : prendre en compte les facteurs institutionnels, sociaux et environnementaux

Dans un souci de mieux évaluer son impact sur l'environnement tant au niveau local que global, Case Logic a décidé d'adhérer à un certain nombre de programmes du CSR (*Corporate Social Responsibilities*), comme :

- **REACH** – les produits Case Logic continueront de respecter la nouvelle directive européenne environnementale (effective depuis décembre 2008) tout comme aux précédentes ;
- **BSCI** (*Business Social Compliance Initiative*) – Case Logic est maintenant membre du BSCI, garantissant que ses produits sont fabriqués dans des conditions sociales décentes (excluant l'exploitation par le travail, le travail forcé, le travail des enfants, le dumping salarial...). Toutes les usines de la compagnie ayant été auditées ont répondu aux critères du BSCI. Initiative de la FTA (Foreign Trade Association), le BSCI améliore la performance sociale dans les pays fournisseurs à travers une solution de surveillance des normes sociales des distributeurs, industries et importateurs.

Pour découvrir les nouveaux produits, organiser une interview avec Julia Rost, Product & Marketing Manager pour Case Logic Europe, faire un point sur les tendances et le développement de la société en 2009, merci de contacter le service de presse.

A propos de Case Logic, www.caselogic.eu

Case Logic, marque appartenant au Groupe Thule, est un acteur majeur dans le développement de solutions d'organisation intelligentes adaptées à un mode de vie moderne. La société crée sans cesse des produits uniques et intuitifs conçus pour transporter, ranger et protéger les essentiels du quotidien.

Aujourd'hui, la gamme de produits Case Logic comprend plus de 400 solutions de rangement et d'organisation répondant à des besoins aussi bien personnels que professionnels, avec des accessoires « on the go » en version Bags&Packs ou bagagerie pour : ordinateurs portables, DVD, Média, l'univers de l'automobile, la Photo/Vidéo et l'électronique de poche. Case Logic détient plus d'une centaine de brevets pour le design innovant et la technologie de ses produits. Le siège social européen est basé à Gembloux en Belgique.

Case Logic fait partie du Groupe Thule, le leader mondial dans le transport des équipements de sport. Thule développe des solutions pour les familles actives et les amateurs de sports en extérieur qui veulent transporter leur matériel en toute sécurité de manière élégante et fonctionnelle.

Contact Presse:

Axelle Lebrun

Open2Europe

+33(0)1 55 02 27 92

a.lebrun@open2europe.com