

# LANCEMENT DE LA GAMME DELO®



## Questions et réponses

### **Q) Pourquoi les lubrifiants Chevron passent de la désignation Texaco® Ursa® à la désignation Texaco Delo ?**

**R)** Ursa possède son propre héritage et sa propre valeur de marque. Il est cependant de plus en plus important pour Chevron d'harmoniser sa stratégie de marque commerciale en matière de lubrifiants. Ursa est la marque commerciale principale en Europe tandis que l'Amérique du Nord, l'Amérique centrale, la région Asie-Pacifique, le Moyen-Orient et l'Afrique utilisent tous la marque Delo, sous les marques principales Chevron® et Caltex®. La transition vers la marque Delo nous permettra de travailler à une échelle internationale avec des constructeurs, des partenaires commerciaux et des clients finaux sous une marque internationale reconnue. L'utilisation de la marque Delo augmentera l'efficacité et l'optimisation autour de notre gamme, de nos technologies, de nos offres de services et de nos programmes.

### **Q) Quelle est la signification de l'utilisation du chiffre 400 dans les produits Delo ?**

**R)** Delo 400 fut la première huile moteur de haute tenue multigrade lancée par Chevron. Historiquement, Delo a regroupé ses produits dans des catégories numériques, la gamme 400 correspondant au niveau de produits le plus élevé. La gamme 400 est significative et s'appuie sur l'héritage de la marque (pas seulement aux États-Unis).

### **Q) Dans quelle mesure Delo vous aide à aller plus loin ?**

**R)** « Delo. Let's Go Further. » est à la fois notre signature marketing et la proposition de notre marque. Ce slogan est selon nous l'expression de l'esprit d'autonomie, de partenariat, d'innovation et d'expertise nécessaire pour aider nos clients à atteindre des résultats commerciaux optimaux. Cette revendication s'appuie sur des preuves de rendement qui montrent que les moteurs fonctionnent plus longtemps, que les huiles durent plus longtemps et que les véhicules vont plus loin avec Delo. Il ne s'agit pas là de nous comparer à la concurrence mais plutôt de souligner notre engagement : veiller à ce que le client bénéficie pleinement du fait de choisir nos produits et services. Nous allons développer des preuves de performances spécifiques à l'Europe de manière à renforcer le message de Delo dans la région.

### **Q) Les spécifications et les homologations européennes s'appliqueront-elles toujours ou les produits Delo adopteront-ils les spécifications et les homologations américaines ?**

**R)** Pour les produits passant sous la marque Delo sans changements au niveau de la formulation, les homologations européennes existantes sont conservées. Pour les produits reformulés et les nouveaux produits, nous aurons des spécifications et des homologations supplémentaires. Notre objectif est de répondre aux besoins des marchés européen et eurasiatique plutôt que d'imposer un modèle américain. Ceci étant dit, nous lancerons des formulations internationales (lorsque cela se justifie financièrement) et utiliseront les preuves de rendement, de nombreux constructeurs et clients du monde entier souhaitant en effet être en mesure d'acheter le même produit dans toutes les régions.

### **Q) L'accent sera-t-il toujours placé sur les économies de carburant ?**

**R)** Les économies de carburant s'intègrent parfaitement à notre signature marketing « Let's Go Further ». Nous proposerons une gamme de produits à économies de carburant dans le cadre de notre offre et continuerons à mentionner les économies de carburant en tant qu'élément clé de notre message.

### **Q) Les huiles moteur de haute tenue ont tendance à adopter les grades économiques 0W-30 et 5W-30. L'offre de Delo reflétera-t-elle ce changement au niveau des besoins en matière d'huiles de base ?**

**R)** Nous avons bien conscience de l'impact directionnel sur les huiles de base et travaillons en étroite collaboration avec Oronite et d'autres fournisseurs dans le but de répondre aux dernières exigences. Nous espérons donc que le développement et la vente de nos huiles moteur de haute tenue à plus faible viscosité et à viscosité à cisaillement élevé et à hautes températures (bas HTHS) augmenteront avec le lancement de la marque Delo sur le marché.

### **Q) Est-ce le début du repositionnement de la marque Texaco au profit de la marque Chevron en Europe ?**

**R)** Non, Texaco restera la marque principale en Europe. Nous espérons que le lancement de Texaco Delo contribuera à renforcer la marque Texaco.

[texacodelo.com](http://texacodelo.com)

A Chevron company product

**Delo®**  
Let's go further.