

11 famiglie, 11 performance, un unico approccio al mercato

Performance è il concetto “cardine” intorno al quale il Gruppo ha riorganizzato la propria offerta, e che rappresenta la **Unique Selling Proposition** (USP, argomentazione esclusiva di vendita) del Gruppo a livello mondiale.

Tutti i prodotti del Gruppo, classici e innovativi, vengono riorganizzati in modo semplice e intuitivo in 11 famiglie di performance, capaci di offrire una visione immediata e completa del portfolio prodotti, integrando verticalmente tutti i settori di attività (cemento e calcestruzzo in particolare).



i.work – Tutti i prodotti classici con la consolidata garanzia di qualità e know-how di Italcementi.

i.pro – Tutti i prodotti ad uso professionale, pensati per facilitare il lavoro di chi li utilizza.

i.tech – I prodotti ad alto contenuto tecnologico in grado di garantire altissime prestazioni in termini di resistenza e di sicurezza.

i.speed – I prodotti a presa rapida creati per velocizzare i tempi di utilizzo.

i.flow – I prodotti auto-compattanti o auto-livellanti utili per minimizzare lo sforzo di chi li utilizza.

i.clime – L’offerta di prodotti per l’isolamento termico che favoriscono il risparmio energetico.

i.sound – L’offerta di prodotti per l’isolamento acustico che favoriscono il comfort nell’abitare.

i.idro – I prodotti che sviluppano una performance specifica in relazione con l’acqua (prodotti drenanti e per utilizzi in acqua).

i.design – L’offerta di prodotti per applicazioni ad alto contenuto estetico, specificatamente pensati per architetti e designer.

i.active – I prodotti a base del principio fotocatalitico TX Active che garantiscono una performance di auto-pulizia e di disinquinamento.

i.light – Tutti i prodotti a base di cemento in grado di offrire una performance di trasparenza.

I nuovi codici

Un’altra innovazione del sistema i.nova è costituita dai codici scelti per rappresentare al meglio un’offerta articolata su diversi business e Paesi.

“i.”

come Italcementi e “i.” come innovazione: è il codice di riconoscimento che caratterizza il nome di ciascuna delle 11 Famiglie di performance.

Il prodotto identificato per cognome e nome

Ogni prodotto è identificato da un cognome di famiglia (identificativo delle performance) e da un nome proprio (identificativo di un specifica product line). La combinazione cognome-nome identificherà il singolo prodotto diventando una “dichiarazione” in grado di posizionare un prodotto in modo chiaro e assolutamente esaustivo e orientare rapidamente e con esattezza il cliente all’interno della gamma prodotti di Italcementi.

La doppia entrata al portfolio Italcementi

Due le possibilità di accesso al portfolio prodotti di Italcementi destinate a facilitarne la fruizione e offrire, al contempo, una panoramica più chiara ed esaustiva delle diverse possibilità costruttive.

	Cementitious Coating	Cementitious Slurry	Pervious Concrete	Structural Concrete
	COAT	CARGO	DRAIN	STRUCTURA
i.work	i.work COAT			i.work STRUCTURA
i.pro	i.pro COAT			i.pro STRUCTURA
i.tech	i.tech COAT	i.tech CARGO		i.tech STRUCTURA
i.clime	i.clime COAT			i.clime STRUCTURA
i.speed	i.speed COAT			i.speed STRUCTURA
i.active	i.active COAT	i.active CARGO	i.active DRAIN	i.active STRUCTURA
i.idro			i.idro DRAIN	i.idro STRUCTURA

È infatti possibile accedere al portfolio, in duplice modo, attraverso:

- **Famiglia di Performance.** Permette di visionare l'intera gamma di prodotti che offrono la medesima performance anche se appartenenti a business diversi. In questo modo il cliente ha una visione esauriente di tutti i prodotti in grado di soddisfare il suo bisogno, anche se generico e non immediatamente riconducibile a un prodotto a lui già noto.
- **Linea di Prodotto.** Permette di visionare l'intera gamma di performance che un determinato prodotto può garantire. In questo modo si avrà la possibilità di selezionare un prodotto e visualizzarne l'intera linea di performance trovando alternative nuove all'interno di categorie di prodotto conosciute.

Il visual: colori e simboli

Il simbolo grafico scelto per rappresentare il nuovo sistema di branding è la spirale, elemento identificativo della Corporate Identity di Italcementi Group già dal 1997 e, ormai da tempo, simbolo della qualità e il know-how del Gruppo.

La spirale, grigia nella versione istituzionale, viene ora proposta negli 11 colori identificativi delle 11 famiglie di performance. In questo modo sarà possibile distinguere tra le diverse performance di modo immediato sia sui sacchi, sia su tutti gli strumenti di comunicazione.



I nuovi strumenti di comunicazione

i.nova non è solo un nuovo sistema di branding in grado di riorganizzare l'offerta di prodotto di Italcementi. E' un nuovo approccio al mercato che richiede un nuovo tono di comunicazione, più discorsivo e snello pur nel solco di una comunicazione profondamente tecnica e competente.

Il progetto ha dunque impattato anche su tutti gli strumenti di comunicazione destinati al mercato: brochure, schede tecniche e di prodotto, leaflet sono stati rivisitati non solo con una nuova veste grafica, ma soprattutto con una nuova logica narrativa, capace di veicolare i valori portanti del prodotto anche ad un audience meno tecnica.

Gli strumenti di digital marketing

Strumento della comunicazione commerciale è il portale i.nova (www.i-nova.net) destinato a veicolare i prodotti del Gruppo in modo chiaro e moderno. Disegnato per lavorare anche sui nuovi smart-phone e tablet, è in grado di proporre il portfolio mondiale del Gruppo suddiviso per mercati di riferimento, per business, per performance, per applicazione, per sfere di interesse.

Un catalogo prodotti elettronico, impostato secondo i criteri dell'e-commerce, che consente all'utente di avere sempre una panoramica dell'offerta taylor-made attorno alle proprie esigenze specifiche.

Sono fase di rilascio alcune APP che estendono le funzionalità dei portali già esistenti a servizio della nostra clientela.

Anche rispetto al mondo Social Italcementi si pone con una serie di iniziative destinate rapidamente ad evolvere e a mettersi in sinergia: G+, You Tube, Twitter e Facebook sono solo i primi di una serie di strumenti di dialogo con i clienti e il pubblico interessato ai temi dell'innovazione nell'edilizia, dell'architettura e della sostenibilità.