



Italcementi rivoluziona il proprio approccio al mercato: prodotti con performance su misura per il cliente

Da Italcementi un nuovo approccio per offrire al mercato il prodotto migliore per ogni specifica esigenza: dai cementi classici alle soluzioni innovative. Il nuovo sistema *i.nova* rappresenta una novità assoluta a livello mondiale per il settore dei materiali per le costruzioni.

Milano, 19 settembre 2013 - Nasce *i.nova*, il sistema di offerta dei prodotti Italcementi. L'intero portafoglio prodotti sviluppati dal Gruppo - articolato intorno al concetto di *performance* - viene ora messo a disposizione del mercato. Si tratta di un approccio innovativo. Il cliente è al centro di una strategia non più fondata sulla semplice fornitura di un singolo prodotto, ma focalizzata sulla capacità di offrire soluzioni adatte a soddisfare le diverse richieste con diversi prodotti che rispondono a specifiche prestazioni. Con il nuovo catalogo prodotti di Italcementi, inoltre, saranno offerti al mercato i materiali sviluppati in collaborazione con alcune delle più grandi firme dell'architettura contemporanea.

L'approccio al mercato del settore del cemento è storicamente basato sulla fornitura standardizzata di una *commodity*. Italcementi, invece, offre un'intera gamma di prodotti specifici e altamente innovativi e pone il cliente al centro della propria strategia commerciale, attraverso un sistema volto a semplificare il processo di acquisto e a capitalizzare il valore del suo brand grazie a un linguaggio immediato e omogeneo a livello internazionale basato su codici strutturati e facilmente comprensibili.

Ogni tipo di cemento o di calcestruzzo è, infatti, raggruppato in base ad una performance, che diventa lo strumento guida per aiutare il consumatore e il committente nella scelta del prodotto migliore per ogni specifica esigenza.

Con *i.nova* per il cliente sarà più facile riconoscere e scegliere, ad esempio, i prodotti per l'isolamento acustico che sono raggruppati nella "famiglia" *i.sound*, o quelli per l'isolamento termico riuniti nella "famiglia" *i.clime* o, ancora, i prodotti che stanno a contatto con l'acqua, raccolti nella "famiglia" *i.idro*. La "i" nel nome delle performance indica la "i" di **Italcementi** e la "i" di **innovazione**. Ad ogni "famiglia" di performance è stato inoltre associato un colore e un segno grafico differente in modo da rendere il riconoscimento visivo del prodotto ancora più facile e immediato per il cliente in modo omogeneo in tutti in Paesi in cui il Gruppo opera.

i.nova è stato presentato oggi nella sede di Assimpredil Ance a Milano, da **Carlo Pesenti**, Consigliere Delegato Italcementi e **Giovanni Ferrario**, Direttore Generale Italcementi, a testimonianza dell'importanza strategica di questo progetto che sarà lanciato dal Gruppo a livello mondiale.

«Con **i.nova**, Italcementi rivoluziona la propria strategia di mercato e l'approccio alle vendite, in linea con il proprio posizionamento fortemente innovativo che da sempre caratterizza il Gruppo - ha spiegato **Carlo Pesenti, Consigliere Delegato Italcementi** -. Pur operando in un settore considerato tradizionale, Italcementi pone la ricerca, l'innovazione e la sostenibilità al centro della propria strategia industriale, nella convinzione che questi valori rappresentino una leva fondamentale per rafforzare il proprio vantaggio competitivo nel settore delle costruzioni. **i.nova**, di fatto, rappresenta la sintesi di anni di ricerca che ha portato allo sviluppo di molti prodotti unici ed innovativi come il cemento fotocatalitico e il cemento trasparente usato per il Padiglione italiano di Shanghai ».

«Attraverso **i.nova** è stata realizzata anche una nuova identità in grado di garantire maggiore visibilità, immediata riconoscibilità e facile identificazione intorno a un'offerta di prodotti completamente riorganizzata. La logica della "commodity" lascia dunque posto a un approccio "su misura", più vicino al cliente - ha dichiarato **Giovanni Ferrario, Direttore Generale del Gruppo** -. Il sistema sarà utilizzato in tutte le nostre filiali del mondo e sarà l'occasione, soprattutto nei Paesi con situazioni congiunturali difficili, per servire il mercato in maniera più dinamica. Attraverso prodotti più specifici e servizi più innovativi siamo in grado di offrire ai nostri clienti soluzioni e opportunità a maggior valore aggiunto».

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 chiave di lettura della nuova strategia commerciale di 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).

Le 11 Famiglie:



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 tailor-made attorno alle proprie esigenze specifiche.

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

Anche rispetto al mondo delle "community", 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.

Italcementi media relations

Tel +39 035 396 977

Mail: ufficiostampa@italcementi.it

www.i-nova.net

www.italcementi.it

Seguici anche su



Italcementi Group è il quinto produttore di cemento a livello mondiale. Le società del Gruppo integrano l'esperienza, il know-how e le culture di 22 paesi in 4 continenti del mondo, attraverso un dispositivo industriale di 53 cementerie, 10 centri di macinazione, 7 terminali, 449 centrali di calcestruzzo e con uno staff di circa 19.000 dipendenti. Nel 2012 Italcementi Group ha registrato un fatturato consolidato di circa 4,5 miliardi di euro.