

Un sacco? Non è "solo" un sacco

*A bag?
Not just a simple bag!*

Silvio Anselmino, Service S.r.l.
Amministratore Unico
President and C.E.O.

Il numero "1" che campeggia sui nuovi sacchi Buzzi Unicem allude alla strategia aziendale di puntare a una sempre maggiore qualità

The number "1" standing out on the new Buzzi Unicem bags recalls the Corporate target: an increasingly high quality

30

Un sacco è solo un sacco? Questione di punti di vista. Perché, per esempio, può essere anche il biglietto da visita di un'azienda, oppure un concentrato di indicazioni per chi ne utilizzerà il contenuto. Per questo motivo, quando s'è trattato di provvedere al restyling dei sacchi Buzzi Unicem, è stato necessario un attento esame delle informazioni che questi

I sacchi sono suddivisi cromaticamente in relazione al tipo di cemento (Tipo 1, II, IV ecc.). All'interno dello stesso Tipo di appartenenza, la resistenza viene evidenziata in modo chiaro sia sul fronte che sul laterale. Per il Calinto e i leganti speciali, invece, sono stati scelti i colori "storici" di ogni singolo prodotto esaltati dalla carta bianca del fondo.

For the cement bags the background is havana colour while the graphics can vary according to the type: type 1 bags have blue graphics, type II bags have number "1" taken from the Company logo in red. In type IV bags the marking is green, so keeping the same colour even for different strengths. Lime and special products bags have white background.

Analisi preliminare abbigliaggio prodotti per BUZZI UNICEM S.p.A. Preliminary package analysis for the BUZZI UNICEM products			
	CEMENTI	CALCE / LIME	PRODOTTI SPECIALI
Resistenza Strength 52,5			52,5 R BUZZI UNICEM
Resistenza Strength 42,5	42,5 R BUZZI UNICEM	42,5 R BUZZI UNICEM	
Resistenza Strength 32,5	32,5 R BUZZI UNICEM	32,5 R BUZZI UNICEM	
	Tipo IV	Tipo II	Tipo I

Calce / Lime	Prodotti Speciali
Calinto BUZZI UNICEM	ECOSPRITZ GUNITE BUZZI UNICEM
	ROCKET 200 BUZZI UNICEM
	EUREKA-T BUZZI UNICEM
	PRIMAPIRES BUZZI UNICEM

FIG. 1

"contenitori" avrebbero dovuto veicolare. Si è perciò costruita una tabella a più entrate (foto 1), nella quale posizionare i vari prodotti, e poi si sono individuati alcuni codici cromatici di base: il verde, per esempio, per i cementi di tipo IV. Tra le premesse anche una marcatura che richiamasse alla mente degli utilizzatori il fatto che il prodotto, pur nella nuova veste e con la marcatura Buzzi Unicem, era lo stesso già conosciuto e apprezzato,

FIG. 2



FIG. 2.1

FIG. 3

e non un qualcosa di diverso e perciò sconosciuto. Il passo successivo è stato quello di individuare varie versioni grafiche: giocando, con il marchio (foto 2 e 2.1) anche con un'elaborazione più "grafica", introducendo la figura dell'utilizzatore

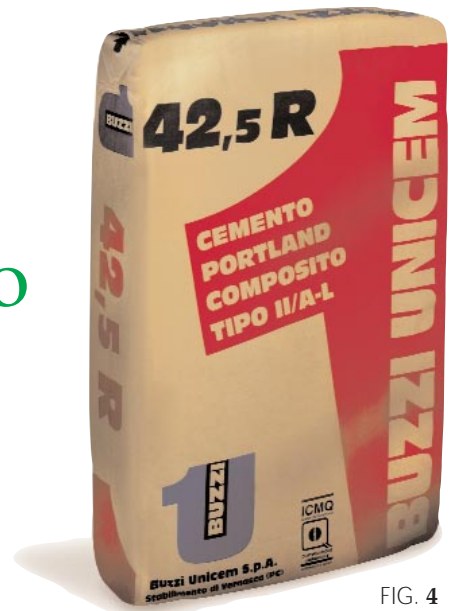


FIG. 4

nell'edilizia (foto 3) oppure, ed è stata la soluzione vincente, puntando sulla cifra "1" estratta dal logo aziendale (foto 4). Un "1" di grande formato, che si riallaccia al marchio ma ha un significato più profondo: la volontà di primeggiare in termini di qualità e di innovazioni tecnologiche applicate al campo dei leganti.

Is a bag just a bag? It all depends. For example, it may well be a good introduction for a company, or concentrated information for the users of its contents.

This is why the restyling of Buzzi Unicem bags required a careful examination of the information that these "containers" would convey. The result was a multi-entry table (photo 1) for the different products, followed by the identification of some basic colour codes, such as the green for type IV cements.

A marking was also used reminding the users that the product, even if with a new look and with the Buzzi Unicem marking, was the same old and appreciated product and not something different and therefore unknown.

The next step was to define some graphic versions: playing with the trademark (photo 2 and 2.1) also with a more "graphic" layout, introducing the figure of the user in the building sector (photo 3) or, and this proved to be the winning solution, focusing on the number "1" of the company logo (photo 4). A big-sized "1", relating to the trademark, but more significant: achieving the leadership in terms of quality and technological innovations in the field of binders.