

A woman with blonde hair, wearing a white zip-up hoodie, is holding two blue compact discs (CDs) over her eyes. The background is a bright, soft white light. The image is a vertical composition.

S.I.R., riposizionare l'immagine aziendale in sintonia con l'evoluzione del dialogo BtoB nel settore automotive

**primadv.com**

Innovative Communication & Marketing Appliances

## Il “cliente” *S*ir

La Società Italiana Ricambi, con sede a Lumezzane (BS), opera dal 1984 ed ha rapidamente conquistato un ruolo di primo piano a livello internazionale nella realizzazione di ricambi perfettamente sostituibili agli originali delle principali case automobilistiche, con una particolare specializzazione per quanto riguarda la tiranteria per gruppo sterzo. Una scelta rivelatasi vincente e competitiva sui mercati di tutto il mondo, dove oggi SIR è in grado di assicurare certezze competitive. La costante crescita registrata dall'azienda anche nei momenti più complessi per il mercato dell'automotive, conferma la validità della sua mission: fornire parti di ricambio in tutto e per tutto uguali agli originali, ad eccezione che nel prezzo. Un obiettivo che comincia nel centro Ricerca & Sviluppo SIR, si concretizza con precise scelte tecnico-produttive e si conclude nella soddisfazione di meccanici e utilizzatori. SIR propone un completo catalogo prodotti ed è disponibile a realizzare qualsiasi pezzo di ricambio su disegno della committenza. Lo sviluppo dei progetti si avvale delle migliori tecnologie, perfezionate in azienda.

Questi valori di mission sono alla base dell'impegno di marketing comunicazionale e creativo messo in atto da Primadu, finalizzato a riposizionare l'immagine aziendale in sintonia con l'evoluzione del dialogo BtoB nel settore automotive.



## *L*e aspettative e il progetto

*Una nuova logica di “funzione istituzionale”*

La comunicazione “istituzionale” delle aziende, soprattutto per quanto riguarda gli ambiti business to business, è stata protagonista in questi ultimi anni di un profondo fenomeno evolutivo, essenzialmente caratterizzato dalla capacità di sottolineare in modo evidente e coerente il posizionamento dell'azienda sul mercato, oltre ad offrire i necessari livelli informativi riguardanti i processi di produzione e di servizio. La comunicazione, interpretata prima di tutto nel company profile, si configura quindi non solo come elemento di informazione, ma come parte integrante dell'immagine propositiva dell'azienda, primo elemento del dialogo che si andrà ad instaurare con i fruitori. L'utenza d'affari, gli operatori economici, così come gli opinion leader, sono infatti sempre più attenti alle proposte di quelle aziende che fin dal company profile sanno esprimere efficacemente i valori caratterizzanti che formano la mission e il brand character dell'impresa.

*I valori di mission*

Per il SIR il company profile è lo strumento essenziale per comunicare la propria identità imprenditoriale e sviluppare il dialogo con il target di riferimento. Riprogettando il nuovo company profile con la collaborazione di Primadu, SIR ha voluto orientare la propria comunicazione verso i seguenti valori:

- la consapevolezza di contribuire in modo attivo a sviluppare una specifica cultura di settore, basata sulla capacità di realizzare ricambi con caratteristiche qualitative del tutto simili agli originali
- un'attenzione concreta e dimostrabile per la qualità, testimoniata da un sistema aziendale che funziona su parametri e principi rigorosi, costantemente monitorati;
- la valorizzazione delle proprie risorse umane. SIR è infatti un'impresa basata sulla competenza e motivazione delle persone che vi lavorano;
- la massima correttezza e trasparenza nell'agire del proprio “sistema azienda”, che significa operare con un'ottica di dialogo con i mercati riconosciuto dagli interlocutori di riferimento.

# Gli obiettivi strategici

## 1) Fare capire l'azienda senza la necessità di visitare i reparti

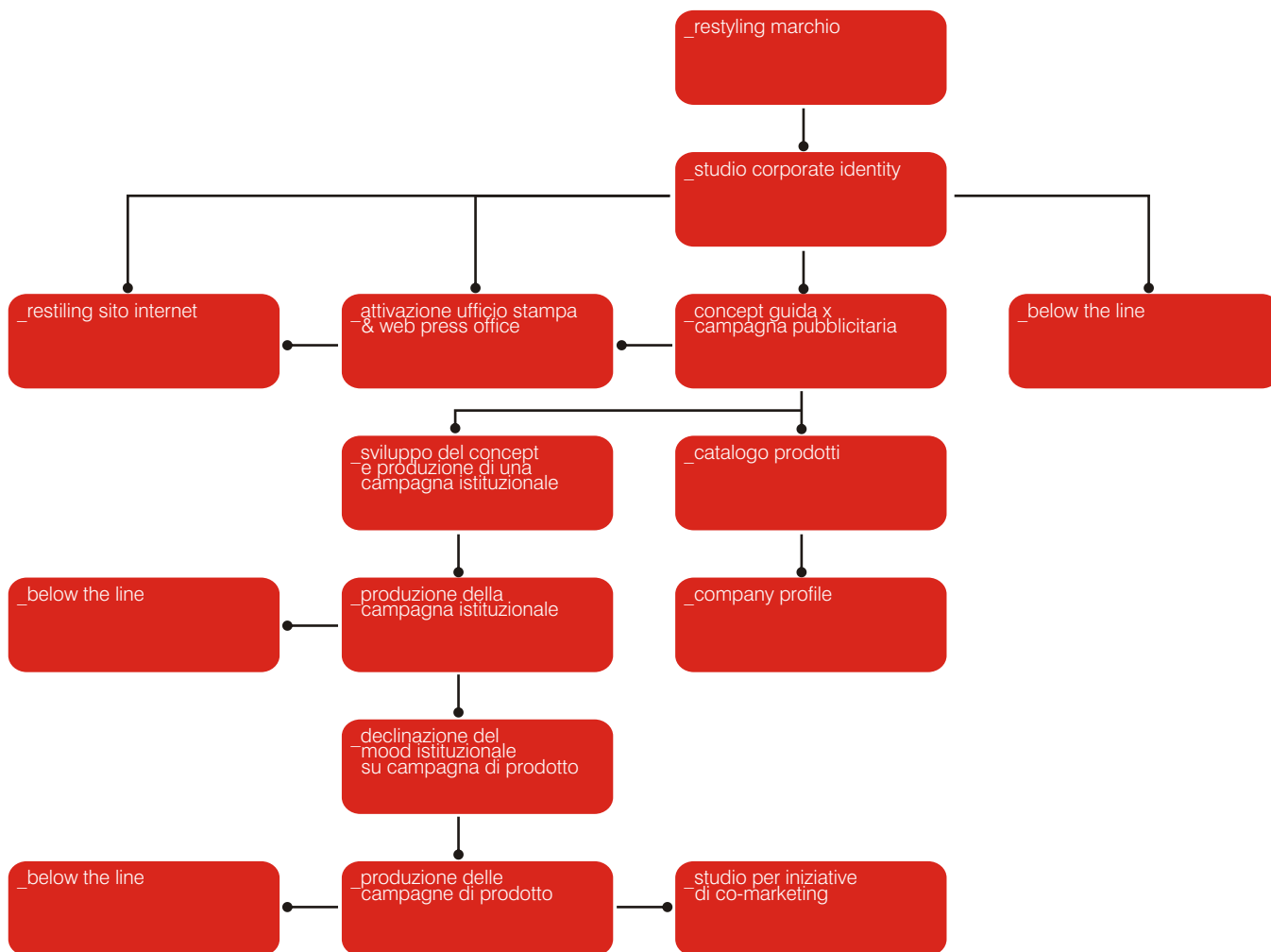
Presentare un'azienda è un impegno che, per diversi motivi, può essere paragonato ad un percorso di visita; un percorso che però è profondamente diverso da un film, perché non richiede di immedesimarsi nella rappresentazione della realtà "documentaria". Il company profile concentra essenzialmente l'attenzione sui valori di mission, identificabili con elementi effettivamente pregnanti oppure con immagini simboliche, come avviene nel caso dello strumento creato da Primadv per SIR.

## 2) Comunicare il giusto mix tra quantità e qualità

Il company Profile SIR comunica valori fin dalla sua forma grafico-editoriale, dalla suo impatto visivo. Ogni scelta comunicativa rappresenta così allo stesso tempo una promessa e una opportunità: da ciò ne deriva l'importanza di operare scelte che superino anche il concetto di "catalogo". Per SIR andare oltre i prodotti significa puntare sulla qualità visiva, privilegiare le eccellenze, senza perdere di vista i molti aspetti che ne caratterizzano il "sistema azienda", tramite un apparato testuale rigoroso, completo e pragmatico, tipicamente BtoB.

## 3) Proporre contenuti orizzontali che non "soffrono" il calendario

Per i suoi obiettivi comunicazionali e il target di riferimento, il company profile SIR è stato pensato e realizzato con la capacità di mantenere la sua "attualità" per alcuni anni. Le variabili connesse alla produzione o ai dati di trend aziendale (specifications) sono eventualmente affidati a schede facilmente allegabili al company profile stesso.



## La Corporate image

Parallelamente al lavoro analitico e creativo relativo alla realizzazione del company profile, lo staff di Primadv si è concentrato nella ridefinizione degli elementi chiave della comunicazione "istituzionale" SIR: marchio, logo e strumenti base di corporate, adeguatamente coordinati in una logica complessiva di restyling. Senza sconvolgere completamente la struttura grafica della storia percettiva SIR, Primadv ha puntato su un profondo aggiornamento dei codici visivi, in sintonia con l'attuale posizionamento e il brand character dell'azienda, essenzialmente strutturato sul binomio autorevolezza/dinamicità. Il tutto considerando attentamente le dinamiche comunicative del settore automotive e le nuove aspettative di mercato, oltre naturalmente ai progetti di marketing complessivi dell'azienda.



## La campagna stampa

I principi di comunicazione applicati nella ridefinizione della corporate image sono stati confermati anche nella definizione del messaggio pubblicitario rivolto alla campagna pubblicitaria su riviste di settore. Le pagine create da Primadv per SIR sono il risultato di una riflessione orientata a porre in sinergia un nuovo e più elevato posizionamento senza però portare la promessa a livelli non credibili. Il dialogo resta infatti stabilmente su percorsi BtoB, recuperando un'emozionalità che è funzionale all'identità e al marketing mix dell'azienda.



# I calendario

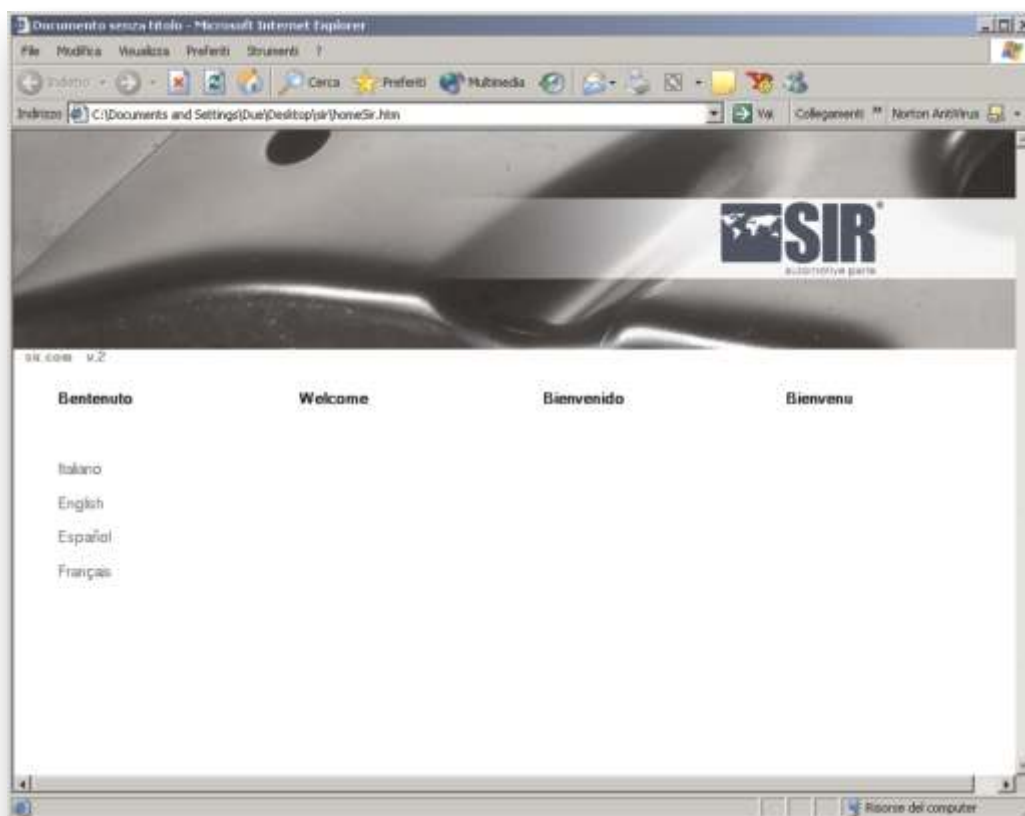
*Nel settore dell'automotive il calendario rappresenta molto più che un tradizionale e gradito gadget: è un'ulteriore occasione per dialogare con il target nei propri valori rappresentativi e presidiare fondamentali scenari di relazione. Anche nella progettazione di questo importante strumento di comunicazione, capace di coinvolgere sia il trade che il sell-in, lo staff creativo di Primadv ha scelto un percorso di aggiornamento stilistico equilibrato, piuttosto che forzare azzardate rivoluzioni di concept e d'immagine. Il risultato è un calendario accattivante e allo stesso tempo elegante, dove il prodotto emerge in modo giustificato grazie a nuovi livelli di qualità visiva, e il supporto fascinatorio svolge la sua funzione senza mai essere volgare o predominante.*



# Il Sito internet

*Portare in rete i principi e i contenuti strategici della nuova comunicazione SIR differenziandosi però profondamente da un "sito vetrina": questo in sintesi l'impegno di Primadv nella progettazione del nuovo website SIR.*

*Il lavoro è stato intrapreso tenendo conto che la caratteristica fondamentale dei siti BtoB è quella di offrire percorsi personalizzati dove è il navigatore a decidere le strade da intraprendere. Un sito che non si limita ad informare, quindi, ma chiede di essere interrogato. In tal senso il nuovo sito SIR ha un approccio orientato a creare vari livelli di fruizione in base agli interlocutori. Allo stesso tempo è un contenitore completo sull'intera offerta aziendale, offrendo l'opportunità di conoscere le potenzialità produttive. Un sito "international" dalla forte connotazione marketing oriented, organizzato nella veste e nei contenuti per comunicare i principi organizzativi del management, della ricerca alla tecnologia, ma anche un riferimento per dialogare e "lavorare" subito con l'azienda.*



## L'Immagine in fiera

*Il progetto architettonico ed archigrafico per la partecipazione SIR alle principali fiere di settore può essere a ragione considerato la sintesi dei vari percorsi intrapresi nella definizione di un nuovo posizionamento d'immagine dell'azienda verso i mercati di riferimento. Il lavoro compiuto dagli specialisti di Primadv ha permesso infatti di unire la migliore praticità e modularità gestionale agli elementi, interessante anche dal punto di vista dei costi con un impatto fascinatorio di assoluto rilievo, che pone ora SIR nel suo corretto ruolo di azienda ai vertici nel settore. Per chi conosce SIR il cambiamento è deciso e inequivocabile. Per chi ancora non conosce SIR l'immagine proposta connota tutta l'autorevolezza e l'attenzione al dialogo collaborativo tipica di questa realtà.*

