

La holding cambia nome e sceglie il brand della tradizione

Cambio di nome, rinnovamento del logo e riorganizzazione societaria: tre importanti avvenimenti nella vita di un'azienda storica come Buzzi, che per crescere sceglie la strada di un heritage legato a radici e valori.

Il 12 maggio 2023 l'Assemblea straordinaria degli Azionisti ha deliberato la modifica della denominazione sociale della holding da Buzzi Unicem SpA a Buzzi SpA, segnando così una nuova tappa nella storia dell'azienda. Un cambiamento avviato all'inizio dell'anno con la revisione della struttura societaria in Italia e che oggi mira a identificare più chiaramente il ruolo della capogruppo come soggetto giuridico responsabile della proprietà, della gestione e del coordinamento di tutte le controllate italiane ed estere.

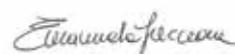
Così come un business deve dimostrare di essere flessibile per crescere, anche il brand ha bisogno di allinearsi e aggiornare la propria identità, un'identità che in questo caso rimane legata alle origini e che coniuga ancora oggi la solidità e l'impegno nel raggiungere obiettivi ambiziosi e sempre più sfidanti.

Dopo opportune valutazioni la scelta è stata quella di mantenere il noto pittogramma come espressione del brand Buzzi SpA, con l'idea di continuare a garantire nell'immaginario collettivo una riconoscibilità tra i principali interlocutori di riferimento.

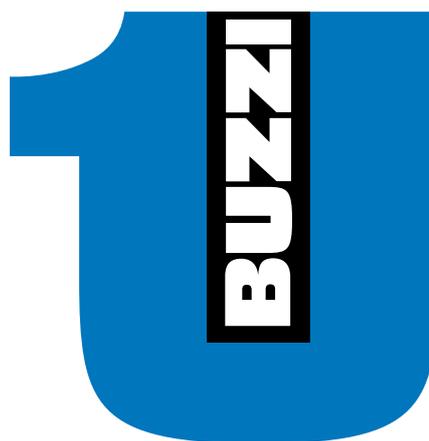
Rinnovato nel 2008, il logo Buzzi individua nella sua struttura il principio di "unione" e rivela nel suo sviluppo grafico il numero uno, sinonimo di leadership. Il percorso dell'azienda è un lungo viaggio fatto di acquisizioni, trasferimento di know-how, sviluppo di competenze e il brand scelto per Buzzi SpA vuole essere il simbolo della connessione tra diversi Paesi e culture, valorizzando tutte le realtà del gruppo. Per l'identificazione del business nei diversi mercati, al simbolo rimangono affiancati i nomi delle singole società, continuando a capitalizzare il patrimonio di ciascuna e riaffermando la visione di un'identità comune.

Per quanto riguarda l'Italia, il nome e il marchio Buzzi Unicem non sono soggetti a cambiamenti e continueranno a identificare le attività del settore cemento così come per Unical quelle relative al calcestruzzo.

L'aggiornamento del brand per le attività corporate è in fase di completamento: nel rispetto dell'immagine coordinata, anche questo house organ, da sempre la voce di progetti, iniziative ed esperienze di tutti i Paesi, da oggi si presenta con il logo Buzzi.



Emanuela Guccione
Direttore Comunicazione e Marketing
Buzzi SpA



The parent company changes its name and opts for the traditional brand

A name change, a revamped logo and a company reorganization: three important events in the life of a historic company such as Buzzi which, for its path to growth, has opted to stay true to its heritage based on roots and values.

On May 12, 2023, the Extraordinary Shareholders' Meeting agreed to change the name of the parent company from Buzzi Unicem SpA to Buzzi SpA, marking a new stage in the company's history that was initiated at the beginning of the year with a change in the corporate structure in Italy to more clearly identify the role of the parent company as the legal entity responsible for the ownership, management and coordination of all Italian and foreign subsidiaries.

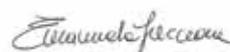
Just as the business must be flexible in order to grow, the brand identity also needs to be aligned and updated which, in this case, remains true to its origins and still reflects the combination of strength and commitment to achieve ambitious and ever more challenging goals. After evaluating various scenarios, we decided to keep the well-known logo to express the Buzzi SpA brand, to maintain continuity and recognizability in the minds of our key stakeholders.

Revamped in 2008, the design of the Buzzi logo symbolizes the principle of "union" and the graphic displays the number one, synonymous with leadership. The history of the company is a long journey of acquisitions, transfer of know-how and development of skills, and the brand chosen for Buzzi SpA symbolizes the union between the different countries and cultures, showcasing all the companies within the group. The logo will remain next to the names of the individual companies in order to identify the business in the various markets, and will continue to highlight the cultural heritage of each company and reiterate the vision of a common identity.

As for Italy, the Buzzi Unicem name and brand will not change and will continue to be associated with the business operations of the cement sector

as well as the Unical concrete operations.

The corporate rebranding activities are nearing completion: in keeping with the coordinated image, this house organ, which has always served as the voice for projects, initiatives and experiences in all countries, is now identified with the Buzzi logo.



Emanuela Guccione
Director of Communication and Marketing
Buzzi SpA

