

# Il nuovo look delle betoniere

## *New look for the mixer trucks*

**Chiara Artosi,**  
Buzzi Unicem S.p.A.

Marketing e Comunicazione  
*Marketing and Communication*

Stile minimalista, uso bilanciato dei colori istituzionali e grande spazio dedicato al logo: così si presentano le nuove betoniere del gruppo Buzzi Unicem.

Il design delle betoniere è uno degli ultimi progetti legati all'azione di rinnovo del brand di gruppo, iniziata nel 2008.

*The new Buzzi Unicem mixer trucks are sporting a new look with a simple design, a balanced use of our corporate colors and a large space for the logo.*

*The new design of the mixer trucks is one of the latest projects established in the corporate rebranding efforts initiated in 2008.*

50

**N**on è un caso se è stato scelto il bianco come colore dominante delle nuove betoniere: il bianco contiene in sé tutti gli altri colori ed è usato per sostenere e segnare diversi cambiamenti di stato, basti pensare al vestito bianco della sposa. Il bianco è un colore che segna un nuovo inizio, una vera e propria soglia di passaggio verso qualcosa di nuovo (fonte: <http://www.psdrevolution.it>). Unificare il design delle betoniere significa aggiungere un altro importante tassello alla costruzione della nostra identità di gruppo, condivisa da tutte le società che ne fanno parte. Ma non solo, significa lasciare una traccia ben definita della nostra presenza sul territorio, sia a livello locale che internazionale. Adottando gli stessi colori, lo stesso design e lo stesso logo diventiamo sempre più una realtà coesa e distinguibile, in tutte le nazioni in cui siamo presenti.

### **Il nuovo design**

Alle due grandi fasce nere e azzurre è stato affidato il compito di promuovere i colori



istituzionali: il resto dello spazio è dedicato al logo, che risalta sullo sfondo bianco.

La scelta del nuovo design è nata da una collaborazione sinergica dell'Ufficio Marketing e Comunicazione di Casale Monferrato con la Direzione e con le persone dell'Ufficio Comunicazione del gruppo Dyckerhoff, che hanno offerto spunti interessanti e grande entusiasmo per il progetto, operandosi alacremente nelle fasi successive affinché la realizzazione passasse dalla carta al prodotto finito.

Grazie alla collaborazione con Gabriele Quadri e Christina Henrich (Dyckerhoff), sono state inserite nel manuale d'immagine tre diverse "lunghezze" del logo, in modo da coprire tutte le casistiche date dalle varie ragioni sociali: il nostro manuale riporta oggi le famose tre taglie S, M e L per garantire il corretto allestimento della botte tenendo in considerazione le aree di rispetto del logo.

### **The making of: l'allestimento delle betoniere**

Per quanto riguarda l'Italia, l'allestimento "pilota" della betoniera è avvenuto presso il produttore (CIFA) che ha provveduto, seguendo le indicazioni del manuale d'immagine, a verniciare la botte. Il manuale d'immagine riporta tutti i codici in modo da garantire la piena corrispondenza dei colori istituzionali indipendentemente dalla codifica

Posa del logo Unical sulla betoniera "pilota"

*Placing the Unical logo on the "pilot" mixer truck*

utilizzata: Pantone per la carta stampata, RAL per la verniciatura ecc ecc ...

Dopo la verniciatura, sono stati applicati gli adesivi che vengono posizionati rispettivamente sulla botte e sulle portiere. Nel caso dell'Italia, gli adesivi mostrano il logo Unical. Il processo di "adesivazione", ossia di applicazione degli adesivi, è stato gestito con la supervisione di un'azienda specializzata in modo da poter rilevare potenziali anomalie e apportare successivamente le necessarie modifiche. Una volta completato l'allestimento, è emersa la sola necessità di ingrandire il logo Unical sulle portiere, in modo che risaltasse maggiormente.

Dopo il primo prototipo sono seguiti altri allestimenti e grazie al contributo dei colleghi di Unical, il manuale è stato ulteriormente semplificato nella spiegazione di come realizzare la verniciatura della botte. Visto che non tutte le betoniere hanno le stesse dimensioni è stato deciso in fase di progettazione del manuale di determinare l'altezza della fascia blu e della fascia nera in base al diametro della botte. In questo modo viene garantito il rispetto delle proporzioni e degli spazi su



### Betoniera Unical ultimata

*Completed Unical mixer truck*

*excited and enthusiastic about the project and immediately threw themselves behind it from the moment it left the drawing board until it became a reality.*

*Gabriele Quadt and Christina Henrich (Dyckerhoff) worked together to include three different logo "lengths" in the Corporate Identity manual to cover the different requirements that might crop up in our various companies. The manual now features the three well-known S, M, L sizes so that the logo can fit onto the various drums.*

### The making of: kitting out the mixer trucks

*In Italy, the "pilot" mixer truck was kitted out at the manufacturer (CIFA), who painted the drum in accordance with the instructions in the Corporate Identity manual. The manual contains all the color codes to ensure that the corporate colors match regardless of the coding used. For example, Pantone is for printing on paper and RAL is for painting, etc. Once the mixer truck was painted, the stickers were then placed on the drum. In Italy the stickers display the Unical logo.*

*The sticker process was supervised by a specialized company so that they would be able to troubleshoot if any problems occurred. After being kitted out, the only thing left to do was to enlarge the Unical logo on the doors so that it would stand out more. This prototype mixer truck was followed by others, and thanks to our Unical colleagues, the instructions in the manual for painting the drums were further simplified. Since not all mixer trucks are the same size, while the manual was being created we decided to define the height of the blue and black stripes based on the diameter of the drum so that everything would be in proportion on all mixer truck models in Italy and overseas. This rather cryptic process was further simplified to reduce the margin of error.*

*The new design of the mixer trucks is the result of a complex team effort between the Marketing and Communication Departments at Casale, Wiesbaden and Unical. When we see the mixer trucks out and about on the roads, we will be very proud of achieving yet another building block in the consolidation of our group identity.*

### Betoniera Dyckerhoff

*Dyckerhoff mixer truck*

tutti i modelli di betoniera, sia in Italia che all'estero.

Questo passaggio, reso un po' criptico nel manuale, è stato ulteriormente semplificato, riducendo maggiormente il margine di errore.

La nuova livrea delle betoniere è il risultato di un complesso lavoro di squadra tra Marketing e Comunicazione di Casale, Wiesbaden e Unical: quando le vedremo girare per le strade saremo davvero orgogliosi di aver aggiunto un altro tassello al consolidamento della nostra identità di gruppo.

**I**t was not by chance that we chose white as the main color for the new mixer trucks. White contains all the other colors and is used to denote and mark different changes in status like a bride's white wedding dress. White marks a new beginning like a threshold that is crossed over in the move toward something

*new (source: <http://www.psdrevolution.it>). Standardizing the design of the mixer trucks signifies yet another important building block in consolidating our group's identity, which is shared by all the companies that belong to it. It also means that we are leaving a well-defined trace of our presence in the territory at both the local and international level. By using the same colors, design and logo we are becoming a more cohesive and distinguishable unit in all the countries in which we do business.*

### The new design

*The two large black and blue stripes serve to promote the corporate colors, while the remaining space is dedicated to the logo which is set off by the white background.*

*The new design is the result of a collaborative effort between the Marketing and Communication Department at Casale Monferrato and the management plus the Communication Department at Dyckerhoff. Everyone was very*

