

Débora Oliveira  
Cimento Nacional  
Coordinatrice Comunicazione

Isabella Almeida  
Cimento Nacional  
People Manager

# Cimento Nacional, il rebranding rafforza l'integrazione con Buzzi

CIMENTO NACIONAL STA AFFRONTANDO UN AMPIO PROCESSO DI REBRANDING, ALLINEANDO LA SUA IDENTITÀ ISTITUZIONALE AGLI STANDARD VISIVI GLOBALI DI BUZZI, DOPO L'ACQUISIZIONE COMPLETA DA PARTE DEL GRUPPO ITALIANO AVVENUTA NELL'OTTOBRE 2024. PUR PRESERVANDO L'IDENTITÀ DEI PRODOTTI E LA FORTE PRESENZA DELL'AZIENDA SUL MERCATO BRASILIANO, LA TRASFORMAZIONE INCORPORA IL SIMBOLO DISTINTIVO DI BUZZI NELLE COMUNICAZIONI AZIENDALI.

Cimento Nacional sta attraversando un vasto processo di rebranding, allineando il proprio marchio istituzionale agli standard visivi globali di Buzzi. Il cambiamento va oltre un semplice aggiornamento estetico, ma rappresenta una trasformazione completa dell'identità visiva. Il nuovo marchio incorpora il simbolo distintivo di Buzzi nel nome Cimento Nacional nelle comunicazioni aziendali, seguendo il modello adottato da tutte le società del gruppo.

“Ciò che sta cambiando è il nostro marchio istituzionale, ovvero il modo in cui comunichiamo il nome dell'azienda. Ora stiamo utilizzando il simbolo di Buzzi, come fanno le altre aziende del gruppo. Il nome Cimento Nacional, tuttavia, rimane invariato,” spiega José Eduardo Ramos, CEO dell'azienda.

Il rebranding ha richiesto un'intensa coordinazione tra più aree, garantendo l'implementazione uniforme della nuova identità. Tutti i materiali di comunicazione, dalla documentazione amministrativa alla segnaletica aziendale, sono stati ridisegnati secondo le linee guida visive di Buzzi. I prodotti hanno invece mantenuto la loro identità originale, già consolidata nel mercato: Cimento Campeão conserva il suo layout tradizionale e la confezione di Cimento Nacional continua a mostrare la stella tanto apprezzata dai clienti.

La trasformazione si è concentrata esclusivamente sulla sfera istituzionale, garantendo inalterata l'esperienza del consumatore.

## Trasformazione strutturale dell'identità visiva: il lancio interno

Il processo si è avviato internamente, con la presentazione del nuovo marchio ai dipendenti in data 26 luglio, quando il lancio ha avuto luogo di persona in tutte le unità aziendali.

Un podcast speciale, condotto da Mariana Moura, Direttore di People and Culture, e José Eduardo Ramos, CEO di Cimento Nacional, ha spiegato in una conversazione informale questo nuovo momento, la sua importanza e i prossimi passi della transizione. Per sottolineare il cambiamento, Cimento Nacional ha organizzato eventi in presenza in tutte le sue unità, oltre a incontri online con i team di vendita e i centri di distribuzione. I dipendenti hanno partecipato a un coffee break celebrativo e hanno ricevuto dei kit con la nuova identità visiva.

È stata anche lanciata una nuova Guida alla Cultura aziendale, distribuita a tutti i dipendenti e resa disponibile sui canali digitali dell'azienda. Il materiale svolge un ruolo chiave nella transizione, aiutando i dipendenti a comprendere meglio



# Cimento Nacional

i valori e lo scopo di Buzzi, facilitando l'adattamento al nuovo assetto e rafforzando il senso di appartenenza al marchio rinnovato.

I documenti ufficiali sono stati rivisti, la comunicazione visiva è stata ridisegnata e i materiali istituzionali sono stati allineati al nuovo standard. La seconda fase del processo, ancora in corso, riguarda il rinnovo della segnaletica interna in tutte le unità brasiliane. Questo lavoro meticoloso garantisce l'implementazione coerente della nuova identità in tutta l'organizzazione.

### Integrazione strategica

“Come azienda e come professionisti, stiamo vivendo un cambiamento con caratteristiche uniche, che porta una prospettiva molto positiva,” afferma Mariana Moura: “Essere parte di un gruppo globale, presente in 14 Paesi e con una storia secolare, apre le porte a scambi di esperienze, apprendimento reciproco e nuove opportunità” aggiunge.

L'aggiornamento del marchio simboleggia la crescente integrazione di Cimento Nacional nell'ecosistema globale di Buzzi. Da quando è passata completamente sotto il controllo del gruppo italiano nell'ottobre 2024, l'azienda ha intensificato la sua partecipazione a forum tecnici internazionali e programmi di scambio di buone pratiche, rafforzando i collegamenti operativi e strategici.

Dopo il consolidamento interno, la nuova identità è stata presentata al pubblico esterno durante il nono Brazilian Cement Congress, il principale evento del settore nel Paese.



**1.** IL NUOVO MARCHIO È GIÀ PRESENTE NELLE UNITÀ DELL'AZIENDA - INGRESSO NELL'UNITÀ DI ARCOS A MINAS GERAIS

**2.** IL NUOVO RISTORANTE PRESSO L'UNITÀ DI SETE LAGOAS CON LA NUOVA IDENTITÀ ISTITUZIONALE

**3.** ANCHE MATERIALI E DOCUMENTI SONO STATI AGGIORNATI CON IL NUOVO LOGO