



Nasce Indra Group, nuovo brand di Indra per rafforzare posizionamento del gruppo

Descrizione

(Adnkronos) â?? Indra ha annunciato all'assemblea degli azionisti un nuovo modello di brand, volto a comunicare al mercato la trasformazione dell'azienda, che presenta anche una nuova narrazione strategica e un'immagine rinnovata, in linea con il piano strategico Leading the Future. Il Piano mira a consolidare l'azienda come multinazionale di riferimento nei settori della difesa, dell'aerospaziale e delle tecnologie digitali avanzate. All'Assemblea Ã stato presentato il nuovo brand aziendale: Indra Group, che proietta lo spirito di un ecosistema di imprese, con un ruolo piÃ¹ istituzionale e corporate, che rafforza il posizionamento del gruppo come punto di riferimento nella Difesa e nella Tecnologia. Secondo Marc Murtra, Presidente di Indra, "questo brand porterÃ chiarezza e coerenza, rafforzando un ecosistema di marchi interconnessi e valorizzando i nostri quattro core business: Difesa, Traffico aereo, Spazio e Tecnologie dell'informazione". La nuova strategia del marchio posiziona il Gruppo Indra all'avanguardia della tecnologia per guidare ogni giorno un futuro piÃ¹ sicuro e connesso, una missione che si riflette nel concetto strategico â??Tech for the Futureâ?•. Inoltre, sono stati definiti i quattro valori aziendali: Innovazione: per guidare un futuro piÃ¹ sicuro e connesso, attraverso soluzioni all'avanguardia e un team di professionisti specializzati; Fiducia: per fornire soluzioni di qualitÃ con l'obiettivo di costruire relazioni durature e di fiducia basate su soliditÃ , impegno e affidabilitÃ ; Connessione: per attivare il potere della collaborazione, collegare idee e soluzioni adattandosi alle esigenze dei clienti; Anticipazione: per trasformare l'esperienza e la conoscenza in soluzioni, anticipando le esigenze del futuro per renderlo piÃ¹ sicuro e connesso. La nuova narrazione aziendale mira a rafforzare il posizionamento di Indra Group come punto di riferimento nel settore della difesa e della tecnologia grazie al suo ecosistema di aziende e imprese, anticipando il futuro attraverso soluzioni innovative, relazioni di fiducia, un fermo impegno per la sostenibilitÃ e i migliori talenti. A livello commerciale, il nuovo modello rafforza i due principali marchi commerciali per sostenere i quattro business dell'azienda: il marchio Indra, punto di riferimento nei settori della Difesa, del Traffico Aereo e dello Spazio; il marchio Minsait, specializzato nella consulenza informatica e nei servizi di trasformazione digitale. Attraverso il concetto strategico â??Tech for the Futureâ?•, Indra Group fa riferimento alla â??tecnologia che ci prepara al futuroâ?• attivata attraverso i suoi due marchi: Indra e Minsait. Da un lato, Indra si concentra sull'asse della fiducia, attraverso la propria declinazione strategica: â??Tech for Trustâ?•. Dall'altro, Minsait continua a rafforzare la sua capacitÃ di fare la differenza e di generare un impatto positivo attraverso il concetto di â??Tech for Impactâ?•. JosÃ©

Vicente de los Mozos, CEO del Gruppo: "la nuova identità del marchio, allineata alla strategia di crescita dell'azienda, ribadisce il nostro impegno a lungo termine per la crescita, l'innovazione e l'eccellenza". Un nuovo simbolo unifica il modello di brand, rappresentando la connessione tra tecnologia (apertura) e difesa (protezione) e costituisce un legame comune che unisce tutti i professionisti del gruppo sotto un ombrello grafico e una visione comune. Il nuovo modello di brand condivide un sistema grafico di precisione che, attraverso griglie visibili, nodi e linee caratteristiche dei visori e dei linguaggi di visualizzazione dei dati, trasmette ordine e tecnologia. Questo sistema, insieme alla tipografia aziendale personalizzata e alle lettere maiuscole dei loghi, trasmette solidità, avanguardia e atemporalità. Il colore blu guida l'identità di Indra Group e di Indra in quanto gamma affidabile, profonda e vitale, mentre in Minsait il colore viola ci porta in un universo proprio che rafforza la propria leadership nel settore delle tecnologie digitali avanzate. Il nuovo brand contribuirà a generare una differenziazione sostenibile sul mercato, a stimolare un senso di appartenenza e di orgoglio per i talenti e a garantire chiarezza e rilevanza per i principali destinatari. In definitiva, il nuovo brand attiva la missione del gruppo: guidare un futuro più sicuro e connesso. lavorowebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. News Nazionali

Tag

1. adnkronos
2. ultimora

Data di creazione

Giugno 28, 2024

Autore

admin

default watermark