

COMUNICATO STAMPA

**Le neuroscienze applicate al re-branding per il gruppo siderurgico**

## **FERALPI GROUP, ECCO IL RESTYLING DEL LOGO**

**Valorizzata la tradizione di Feralpi, tra uomo, ambiente e acciaio, unendo passato e futuro con un linguaggio moderno, allineato alla visione internazionale e innovativa del Gruppo**



*Lonato del Garda (Brescia), 29 giugno 2018* – Un tratto grafico può dire molto di un’azienda. Ne è l’emblema visivo aderente ai contorni valoriali, geografici, tecnologici e commerciali. Feralpi, a cinquant’anni dalla fondazione, ha *restilizzato* il proprio logo, espressione dell’identità di un Gruppo siderurgico internazionale che

ha fatto della diversificazione e verticalizzazione nel mondo dell’acciaio la propria linea di sviluppo, alimentandola con un costante miglioramento tecnologico e degli standard di sicurezza.

La società ha quindi voluto intraprendere un’operazione di re-branding seguendo una strada ben precisa, ovvero l’attualizzazione del marchio e della brand identity del Gruppo attraverso un **approccio neuroscientifico**. La scelta di avvalersi di uno studio analitico rispecchia, a sua volta, la propensione di Feralpi verso la continua ricerca e sperimentazione di tecnologie innovative in tutti gli ambiti aziendali. Lo studio è iniziato con un’analisi accurata del contesto del mercato di riferimento per procedere poi con una serie di test online (con un ampio e variegato target di indagine) su una serie di proposte grafiche per identificarne la più efficace nel trasmettere le caratteristiche proprie di Feralpi. Lo studio neuroscientifico ha incluso le associazioni spontanee innescate dal logo (effetto *priming*), la valutazione grafica in termini di giudizio complessivo e, infine, l’analisi sulle aspettative generate dal logo nel suo complesso.

L’analisi ha di fatto confermato l’assonanza della forma grafica a ciò **che rappresenta per Feralpi il “cuore” non solo della propria attività, ma anche della propria storia** che affonda le radici in un contesto valligiano - quello della Val Sabbia - in cui la natura ha offerto all’uomo due componenti alla base della siderurgia: il “ferro”, un minerale prezioso per supportare lo sviluppo delle tecnologie, e l’acqua, il motore green a trazione alpina che azionava i macchinari. Un binomio che ha innescato un forte sviluppo industriale, nato in Valle ma diffuso a livello globale grazie ad uno spiccato spirito imprenditoriale e ad una cultura e dedizione al lavoro che trovano pochi eguali.

Il restyling del logo **coniuga quindi tradizione e innovazione**, rilanciando l’anima stessa dell’azienda attraverso il nuovo millennio. Non solo: vuole porre l’accento sulla crescente rilevanza dell’attenzione alle tematiche ambientali e dell’economia circolare, due elementi che contraddistinguono il Gruppo Feralpi.

Per maggiori informazioni:

Relazioni Esterne Gruppo Feralpi  
dott.ssa Isabella Manfredi  
mail. [isabella.manfredi@it.feralpigroup.com](mailto:isabella.manfredi@it.feralpigroup.com)  
tel. 0039 030.9996293 - mob. 338.6029933

Ufficio Stampa  
dott. Marco Taesi  
mail. [marco.taesi@it.feralpigroup.com](mailto:marco.taesi@it.feralpigroup.com)  
tel. 0039 030.9996237 - mob. 339.6430179