

In questa sezione: [Economia](#) • [Uomini e Aziende](#) • [Leggi e norme](#) • [Lavoro](#)

CONTENUTO SPONSORIZZATO

Dopo
Piazza
Affari
una
nuova
immagine
per
Piovan

Completato all'inizio dell'anno il rebranding delle società che formano il gruppo, presente a livello globale con sette stabilimenti e una trentina di filiali dirette. Prime anticipazioni sulle novità per il K2019.

1 maggio 2019 01:25



“Il 2018 è stato un anno di svolta per il gruppo Piovan una tappa miliare come l'ingresso nel settore delle materie plastiche avvenuto alla metà degli anni '60": Peter Dal Bo, Chief Commercial Officer del gruppo veneziano attivo nella costruzione di attrezzature ausiliarie e chiller per plastica e food processing commenta così l'anno appena trascorso. “La quotazione in Borsa, l'accelerazione delle attività di internazionalizzazione del gruppo con l'apertura di nuove filiali e, più recentemente, il rebranding del gruppo coronano un esercizio che ha visto una crescita del fatturato consolidato del 15% a quasi 246 milioni di euro, con le vendite nell'area food triplicate e quelle nell'area plastica, core business di Piovan, cresciute del 7,5% a 176 milioni di euro”.

NUOVO BRAND. Archiviato con successo lo sbarco a Piazza affari, Piovan ha lanciato all'inizio di quest'anno la nuova brand identity, necessaria per legare le diverse attività che nel corso degli anni hanno fatto crescere il gruppo, in particolare la diversificazione nella refrigerazione industriale (Aquatech) e nel food processing (Penta) avvenuta nel 2015, che ha dato vita ad una realtà al tempo stesso sinergica e diversificata. Il recente re-branding aziendale ha visto nascere infatti il logo Piovan Group per identificare ulteriormente l'unione dell'intero network: “Volevamo sottolineare in modo ancora più incisivo e diretto la forza, il valore di questo gruppo, che esporta in oltre 110 Paesi, 29 dei quali seguiti con proprio personale (saliranno a 32 quest'anno), sette impianti produttivi in Italia, Germania, Brasile, Stati Uniti e Cina e 1.044 collaboratori, 170 dei quali impegnati nella ricerca e sviluppo - sottolinea Dal Bo -. Un rebranding importante, frutto di un'analisi di marketing accurata che è partita dai valori e dai pilastri aziendali”.



Flessibilità – Dinamismo
Evoluzione



Un gruppo – Unione dei team che
lavorano assieme - Un network
sempre connesso



Valori – Business Punti
di forza



Innovazione e uno
sguardo sempre avanti



Il nuovo logo è stato infatti concepito per essere accompagnato da un pittogramma composto da tre cerchi che rievocano i valori (clienti, persone, innovazione), le aree di attività di Piovan (plastica, alimentare e refrigerazione) e i suoi punti di forza: presenza globale, orientamento al servizio e flessibilità. Al nuovo pay-off (“Piovan Group”) comune alle sette società (Piovan, Universal Dynamics, FDM, Aquatech, Penta, Progema e

Energys) è affidato il compito di evidenziare l'appartenenza allo stesso gruppo, anche nella condivisione dei valori. "Il precedente pay-off 'Customers. The core of our innovation' e la nostra filosofia 'Customer, People, Innovation' continueranno comunque ad essere il fil rouge di tutte le comunicazioni e attività di Piovan Group sottolinea Dal Bo.

CRESCITA ALL'ESTERO.

L'internazionalizzazione rappresenta uno dei punti centrali della strategia Piovan.

L'anno scorso il network del gruppo veneto, già capillare, ha visto la nascita di due nuove branches (strutture formate da almeno un commerciale e un tecnico di assistenza) in Vietnam e Malesia, mentre quest'anno è previsto lo start-up di tre ulteriori filiali in aree di business strategiche e in forte espansione. Senza dimenticare il nuovo stabilimento

americano della controllata Universal Dynamics (Una-Dyn) a Fredericksburg, nello stato della Virginia, che diventerà la sede nordamericana del gruppo, coordinando tutte attività in Canada, Messico e Stati Uniti.

"Piovan si contraddistingue storicamente per una presenza articolata in tutti i principali mercati e la capacità di stabilire rapporti di partnership autentica, basati sull'assistenza tempestiva e sulla vicinanza reale al cliente, ovunque egli sia - commenta Dal Bo -. La presenza capillare in tutto il mondo è da sempre un asset fondamentale. È la forza di un gruppo industriale che ha oggi una struttura organizzativa multinazionale. Del resto, la presenza capillare in tutto il mondo e il servizio sono da sempre degli asset strategici per l'azienda, con l'obiettivo di essere sempre vicini ai clienti con la massima efficienza sia pre che post vendita. Oggi Piovan conta 190 persone dedicate al Service riuscendo così a coprire globalmente e tempestivamente i bisogni dei propri clienti".



CI SI PREPARA AL K2019. Dal Bo è restio a fornire con largo anticipo i dettagli del programma espositivo per il K2019 di Dusseldorf, ma anticipa alcuni temi: "Presenteremo in Fiera nuove soluzioni e tecnologie per la deumidificazione PET, ma anche per il trasporto e distribuzione dei materiali. Interessanti novità verranno svelate anche nell'ambito della termoregolazione di Aquatech con il completamento

della gamma grazie all'introduzione di versioni per acqua pressurizzata, e per la parte automation: dopo il lancio di tre anni fa del modulo Winenergy dedicato all'ottimizzazione energetica, quest'anno è previsto un upgrade delle funzioni del software WinFactory che sarà esteso anche alla refrigerazione".

"In Fiera mostreremo la nostra capacità di innovare aree espositive dedicate a differenti applicazioni del settore della plastica - conclude Dal Bo -. Ma forniremo maggiori dettagli nel corso dei prossimi mesi, più vicino alla data di apertura del K".

Con il contributo di:

[Piovan Group](#)

Via delle Industrie 16 – 30036 S. Maria di Sala (VE)

Tel. +39 041 5799111

Fax +39 041 5799244

E-mail: [Form contatti](#)

© Polimerica - Riproduzione riservata

LEGGI ANCHE

[Avvicendamento al vertice di Piovan Nord America](#)

[Come ottimizzare il tempo ciclo con la termoregolazione](#)

[Novità nel team vendite di Syncro Group](#)

[CRX COMB, soluzione all-in-one per il trattamento del granulo plastico](#)

BLOG



Ma è vero che l'Italia non ha bisogno di un DRS in quanto "eccellenza del riciclo"?

di: silvia ricci



Lego abbandona l'rPET? Meglio così...

di: Carlo Latorre



Plast 2023: fu vera gloria?

di: Carlo Latorre



Ebbene sì... Quest'anno sono 20

di: Carlo Latorre

[Finanza e mercati](#)
[- Economia -](#)
[Uomini e Aziende - Leggi e norme -](#)
[Lavoro](#)
[Tecnologie](#)
[- Industria 4.0 -](#)
[Stampaggio -](#)
[Estrusione -](#)
[Soffiaggio -](#)
[Termoformatura](#)
[- Stampi e filiere -](#)
[Stampa 3D -](#)
[Altre tecnologie -](#)
[Trasporti](#)
[Logistica](#)
[Materie prime](#)
[- Poliolefine -](#)
[PVC - PS ABS](#)
[SAN - EPS -](#)
[PET -](#)
[Poliammidi -](#)
[Tecnopolimeri -](#)
[Gomme -](#)
[Compositi -](#)
[Bioplastiche -](#)
[Altre specialità](#)
[- Prezzi](#)
[Ambiente](#)
[- Riciclo -](#)
[Bioplastiche -](#)
[Legislazione](#)
[Ricerca e formazione](#)
[- Ricerca e formazione](#)
[Appuntamenti](#)
[- Appuntamenti](#)
[VIDEO](#)
[- Interviste](#)

Polimerica -
Attualità e
notizie dal
mondo della
plastica

Testata giornalistica
registrata al Tribunale di
Milano n.710 del
11/10/2004

Direttore responsabile:
Carlo Latorre - ISSN
1824-8241 - P.Iva
03143330961

Redazione:
redazione@polimerica.it
- Editore: [Cronoart Srl](#)

Â© 2015 Cronoart Srl |
E' vietata la
riproduzione di articoli,
notizie e immagini
pubblicati su Polimerica
senza espressa
autorizzazione scritta
dell'editore.

L'Editore non si assume
alcuna responsabilit 
per eventuali errori
contenuti negli articoli
n.  per i commenti
inviati dai lettori. Per la
privacy [leggi qui](#)

WebDesigned and
Powered by [JoyADV](#)
[snc](#)