



Hilti rinnova il suo look con una nuova Brand Expression ed un nuovo sito tutto da scoprire.

Da gennaio 2017 la multinazionale leader nello sviluppo e produzione di prodotti, servizi e software per i professionisti del mondo dell'edilizia, cambia la propria immagine e il posizionamento per essere ancor più riconoscibile e riconosciuta come leader di mercato.

Milano, 10 gennaio 2017 – Il 2017 ha inizio per **Hilti** con un cambiamento della propria immagine, un vero e proprio rinnovamento di look che dal 2004 non veniva toccato a livello di immagine, di posizionamento e soprattutto di comunicazione. Nel corso degli ultimi anni il mercato dell'edilizia si è evoluto e sono cambiati numerosi parametri, prima di tutto i target group a cui rivolgersi, l'avvento di nuove tecnologie che hanno fatto passo da giganti offrendo nuove opportunità di business, nuove geografie a cui Hilti si rivolge nel mondo e la strategia Corporate "Champion 2020", che invita a creare valore sostenibile attraverso leadership e differenziazione.

Hilti è una realtà conosciuta per essere portavoce della migliore tecnologia attraverso prodotti, servizi e software di alta qualità, ma per distinguersi sempre più nel mercato, l'azienda ha deciso di rafforzare la propria immagine con un brand più emozionante che racconti la propria storia e con esperienze ancora più ricche, combinando sempre al meglio comunicazione tradizionale e digitale. Un cambiamento che ha l'obiettivo di portare il brand ad essere sempre più riconoscibile e riconosciuto come leader di mercato, con l'obiettivo di creare clienti entusiasti a cui rendere il lavoro sempre più semplice.

Con il lancio della nuova immagine, Hilti cambia anche la propria strategia di comunicazione, dapprima con il nuovo sito web, live dal 12 dicembre, che si presenta rinnovato non solo nell'aspetto estetico per sposare la nuova immagine di brand, ma anche nelle sue funzionalità, con molte aree che introducono importanti novità per migliorare l'esperienza di navigazione degli utenti. La nuova schermata profilo, che permette di accedere a tutte le informazioni più importanti da qualsiasi pagina del sito, le nuove pagine di prodotto, dove l'impostazione è stata completamente rinnovata, l'home page personalizzata in base ai dati di accesso dell'utente e il fatto che il sito è mobile responsive, ovvero navigabile da ciascun tipo di device garantendo sempre la stessa esperienza.

L'intero mondo della comunicazione Hilti si rinnova ed assume un nuovo aspetto con messaggi significativi, memorabili e consistenti, declinati in tutti i canali a cui Hilti si rivolge, dalla comunicazione tradizionale a quella digital attraverso il nuovo sito, i social e il blog dedicato al mondo dell'ingegneria con un focus alle tematiche sismiche. Un nuovo modo, dunque, di esprimersi per essere semplici e concisi, collaborativi e proattivi, trasmettendo a tutti gli interlocutori Hilti un senso di energia e di passione.



Una comunicazione che cambia il proprio visual con l'introduzione di un elemento grafico: la linea di differenza, una linea con angolo di 30°, rivolta verso l'alto e proiettata verso il futuro.

Anche il logo Hilti è stato rinnovato ed ha subito un piccolo ma sostanziale cambiamento. Sono infatti cambiate le proporzioni e la spaziatura, con l'obiettivo di renderlo ancora più leggibile e riconoscibile. Novità grafiche che introducono anche nuovi colori di dettaglio in aggiunta al tradizionale e storico colore rosso Hilti, utilizzati nelle comunicazioni per esaltare delle particolarità.

Le immagini inserite nel materiale di comunicazione si evolvono e dall'iconico bianco e nero, assumono ora pieno colore per donare un look più fresco, moderno e contemporaneo, rappresentando i momenti di vera autenticità attraverso l'uso di colori naturali. Le immagini immortalano persone vere e situazioni reali proprio come nella vita e nel lavoro di tutti i giorni.

L'intero processo di rinnovamento dell'immagine riguarderà, a partire dal 2017, anche gli 80 Hilti Store presenti sul territorio che subiranno un profondo cambiamento per cogliere e valorizzare la nuova immagine aziendale.

Una nuova Brand Expression che oltre a identificare Hilti come leader nei prodotti, servizi e software ad alte prestazioni, ha l'obiettivo di rendere unica e diversa l'azienda, per creare valore aggiunto e rafforzare ciò che rappresenta l'azienda: l'innovazione.

Grande soddisfazione da parte di Hilti: *“Credo fortemente in questo nuovo percorso che l'azienda ha deciso di intraprendere a livello Globale. Siamo un marchio forte, solido, riconosciuto e presente in 120 Paesi - 5 continenti, che conta 23.000 collaboratori, 200.000 contatti clienti al giorno, lanciamo circa 60 nuovi prodotti all'anno ma avevamo la necessità di rinfrescare la nostra immagine e dare un nuovo posizionamento al brand per essere a tutti gli effetti proiettati verso il futuro, confermandoci leader nel mercato dell'edilizia, continuando a creare con passione clienti entusiasti e a costruire un futuro migliore”* ha dichiarato Raffaella Calò, Digital & Brand Marketing Manager Southern Europe.

Naviga il nuovo sito www.hilti.it

Segui Hilti sui social: [Linkedin](#), [YouTube](#), [Blog](#)

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Hilti Italia, Sara Vignati – Ofg Adv – tel. 02 8135191 – sara.vignati@ofg.it