

Made for Gaia

NUMERO SPECIALE

Cambiare per essere se stessi

Diachem ha un nuovo volto. Vogliamo raccontarvelo in questo speciale di Made for Gaia dedicato al rebranding. Scoprite la nostra voce, i nostri obiettivi e il nostro futuro che da oggi è diventato presente.





Le esperienze complementari di Chimiberg e Diagro trovano in Diachem una propria comune identità.

Francesca Dubbini e Milena Crotti
Strategy & Planning Lead e Communication Manager

La scelta di effettuare un rebranding è una scelta impegnativa per un'azienda. Noi di Diachem abbiamo ritenuto fosse necessario, alla luce di una riflessione sulla nostra identità che ha coinvolto moltissime persone: dai vertici alle figure chiave dell'azienda, estendendosi per tutti i dipendenti, la forza vendita e molti clienti. Un percorso coraggioso e condiviso, che trova la sua più autentica ragione nella focalizzazione sulla nuova mission che sintetizza la nostra storia, la nostra evoluzione, la nostra crescita e le nuove sfide che ci attendono.

Abbiamo così deciso di semplificare e di fare sintesi, superando distinzioni che, se quando erano nate avevano avuto la propria ragion d'essere, oggi rischiano di indebolire la forza del nostro marchio sui mercati. E, al tempo stesso, abbiamo scelto di rinnovare la nostra immagine, renderla più attuale e coerente con la nostra visione e la nostra missione: essere vicini alle esigenze degli agricoltori e prenderci cura delle colture, per contribuire a garantire alla popolazione del mondo un'alimentazione sufficiente, completa e sana, nel pieno rispetto dell'ambiente.

Oggi, così, nel nuovo brand Diachem confluiscono le esperienze complementari di Chimiberg e Diagro: da un lato l'esperienza maturata nella formulazione di agrofarmaci, dall'altro la ricerca indirizzata allo sviluppo di agronutrienti e biosoluzioni. Insieme questi due mondi si

integrano e si completano, trovando in Diachem una propria comune identità.

Diachem approda a una dimensione comunicativa che pone al centro della sua scala di valori la persona. Una dimensione totalmente umana, che trova espressione nel nuovo payoff: "We embrace agriculture". E cosa c'è di più umano, di più avvolgente e naturale, di più inclusivo di un abbraccio?

Il nuovo logo fa sintesi del percorso evolutivo dell'azienda, nasce dal precedente trasformandosi alla luce della nuova identità aziendale. La doppia D che lo contraddistingue simboleggia Diachem ma anche la famiglia Dubbini, fondatrice e proprietaria dell'azienda, i cui componenti sono impegnati direttamente anche nella sua gestione, nella più autentica dimensione di "family company". La prima D richiama alla memoria la sagoma della freccia che caratterizzava il logo precedente e che diventa qui elemento dinamico e di proiezione verso un futuro realmente sostenibile, mentre la sua forma curva evoca un approccio all'insegna di un'armonia capace di integrare aspetti differenti.

Cambia anche la palette colori: abbandonato il rosso, il nuovo logo si veste di verde, simbolo di vitalità, natura, armonia. E cambia anche la sua scrittura, attraverso un font appositamente realizzato, in cui si accentuano le curve di alcuni caratteri garantendo originalità e leggibilità.

Siamo certi che, questa scelta, potrà trovare la convinta adesione di chi vive ogni giorno con noi la nostra azienda e di chi ci sceglie come partner per il proprio lavoro.

> EDITORIALE >

Diachem: una nuova identità, gli stessi valori, la stessa passione

Il naming è l'elemento distintivo per eccellenza di un'azienda, ciò che la rende unica, come unico è il nome e il cognome di una persona. E il segno grafico che lo identifica è la sua immagine, ciò che la rende riconoscibile da tutti i suoi stakeholder, interni ed esterni. Naming e segno grafico costituiscono il brand di un'azienda: la sua carta d'identità.

> IL FATTORE UMANO >

Human to Human: un nuovo approccio, una nuova visione

**L'attenzione al futuro è l'attenzione all'umanità.
Perché l'agricoltura è fatta di uomini e donne che si impegnano
quotidianamente per garantire la sicurezza alimentare
al mondo. Diachem oggi è *Persone* al servizio di altre *Persone*.**

Un rebranding è soprattutto la manifestazione di un'identità che si evolve.

Per affrontare questo nuovo percorso, siamo partiti da lontano, cercando di scoprire, all'interno del nostro mondo chiamato Diachem, quali fossero i "motori immobili" che ci hanno permesso, in tutti questi anni, di spingerci sempre oltre, sempre avanti. La risposta è arrivata ed è tanto semplice quanto vera: le persone.

Diachem ha agito e agisce per le persone: per migliorarne il lavoro, per garantire la sicurezza alimentare, per consegnare alle nuove generazioni (tra cui ci sono anche i nostri figli) un'agricoltura efficiente e rispettosa dell'ambiente. Perché le persone sono quelle che ci sono state, ci sono ma soprattutto saranno su questo Pianeta.

Per questo abbiamo deciso di abbandonare le vecchie diciture legate al mondo aziendale: B2B (Business to Business: aziende che parlano ad altre aziende) e B2C (Business to Client: aziende che parlano ai clienti) ed essere esclusivamente H2H: Human to Human. Persone per le persone. Un cambiamento profondo, che ha coinvolto tutta l'azienda, che ha rivoluzionato non solo la nostra identità visiva, ma anche il nostro approccio all'intera comunicazione.

Abbiamo cambiato il nostro "vocabolario": siamo sempre un'azienda che fa dei dati, dei fatti e delle evidenze le certezze che vogliamo trasmettere, ma lo vogliamo fare con uno spirito differente.

Tutto quello che è il nostro mondo, ora vogliamo che sia anche il mondo dei nostri partner e clienti: non vogliamo creare barriere tra i nostri obiettivi e quelli dei nostri interlocutori, rimanendo tanto rispettosi dei ruoli quanto coscienti che

stiamo tutti andando verso la stessa direzione.

Oggi più che mai vogliamo comunicare la nostra vicinanza, la nostra presenza e la nostra visione a chi lavora con noi e per noi.

Diachem non è più solo un'entità industriale, bensì una realtà fatta di esistenze che

guardano all'agricoltura, ne conoscono le criticità e i problemi, pronte all'ascolto e al dialogo.

Diachem fino ad oggi "è stata".
Diachem da oggi "saremo".
Tutti insieme.



**Il nostro percorso è partito
da una domanda: perché
Diachem è Diachem?
Abbiamo trovato la
risposta: per le persone.**



> LA NUOVA DIACHEM <

Rebranding 4.0: un percorso insieme

Non solo logo: un rebranding evoluto, come quello operato da Diachem, prevede un lavoro in team tra creativi e figure interne all'azienda, nella costruzione di un impianto solido che va ben oltre l'immagine.

La parola rebranding porta con sé un'ambiguità di fondo. Si ritiene infatti comunemente che con il termine rebranding si indichi una mera operazione di maquillage estetico, legato a forme, colori e logo di un'azienda. Altresì è comunemente dato per pacifico che operazioni di questo genere si inseriscano nel contesto delle attività "top-down": azioni, cioè, compiute da un soggetto collocato apicalmente nell'organigramma, supportato da un'agenzia di comunicazione la quale formula proposte, idee e concetti che vengono poi (più o meno) accettate come sono. Un rebranding di questo genere, ammesso che sia mai esistito, non solo è poco efficace ma è altresì ininfluente.

Un rebranding efficace, infatti, è quello che agisce per il bene dell'azienda offrendo un'evoluzione dell'identità e un posizionamento più vicino a quelli che sono i veri valori fondanti. Un rebranding efficace ha il compito di portare alla luce la visione e la missione dell'azienda, rendendola presente in tutta la comunicazione e in ogni sua manifestazione verso l'esterno e verso l'interno.

Per questo rebranding non è mai solo un logo. Per questo rebranding non è mai "top-down". Il rebranding Diachem è frutto di mesi di lavoro in team con Welcome, l'agenzia di comunicazione che ci ha supportato in questo passaggio: di questi mesi, una grande quantità di tempo è stata passata a parlare, raccontarsi, indagare sulla nostra essenza come azienda per tradurre questi pensieri in molti differenti strumenti.

Un nuovo logo, ovviamente, ma anche un nuovo payoff nato da un intenso confronto interno supportato e guidato verso la creatività e la sintesi, nuovi colori rappresentativi, nuovi strumenti come il Company Profile fino ad arrivare a elementi meno visibili ma altrettanto percepibili come il nostro nuovo immaginario e un nuovo tono di voce. Tutto questo è stato realizzato mantenendo saldo l'approccio Human to Human che abbiamo deciso di rendere certezza per tutta l'attività del rebranding e che è stato protagonista anche dell'allestimento per Interpoma, del nuovo

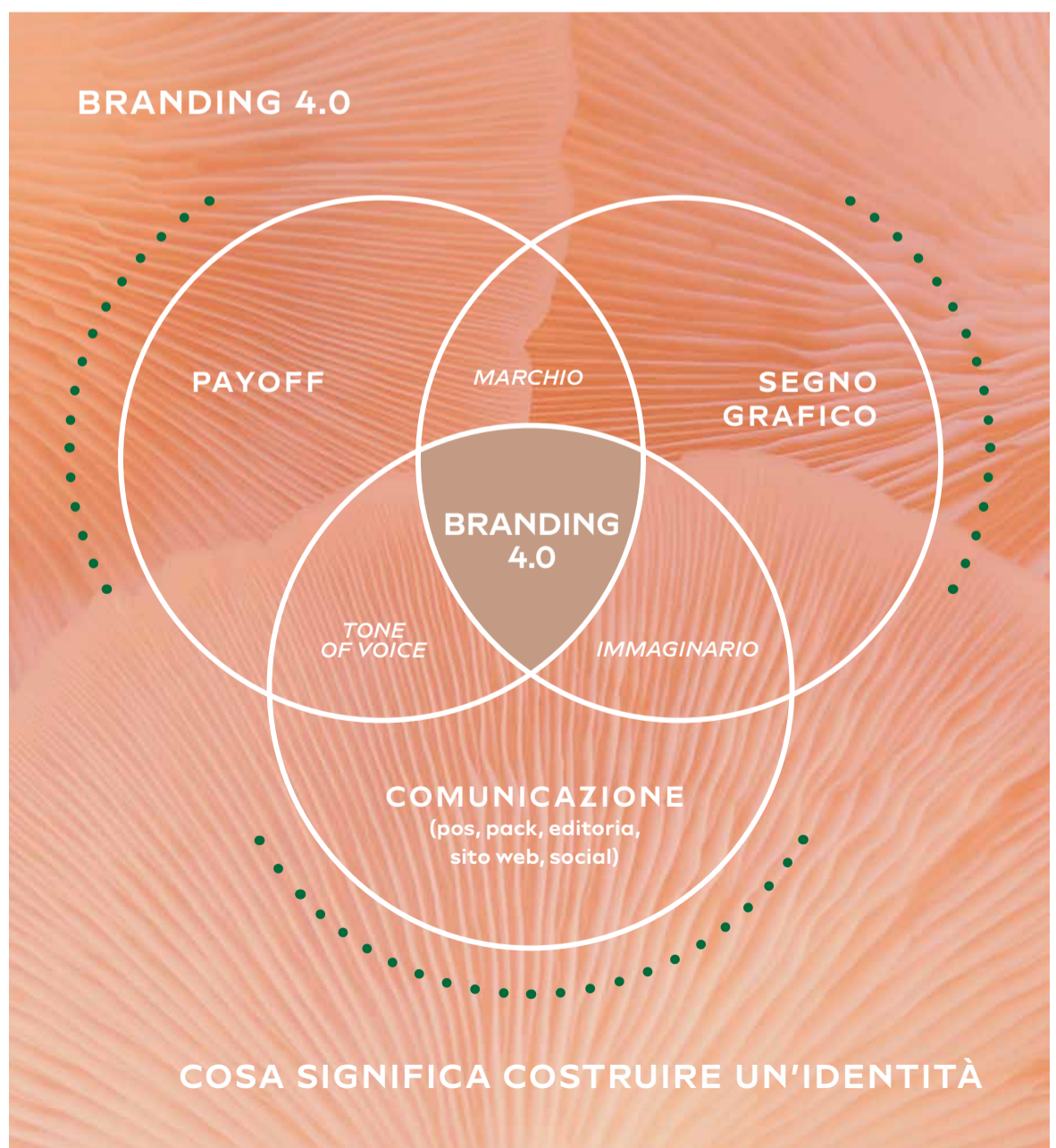
Il payoff di un'azienda è una promessa e come tale non può che provenire dal cuore dell'azienda stessa.

Simone Tempia | Copywriter

packaging dei nostri prodotti e del nuovo sito di Diachem.

Il rebranding ha coinvolto anche possibilità e strumenti che non avevamo valutato fino a questo momento come la creazione di un sound-logo, un "marchio" che ci racconterà non solamente con le immagini ma anche con i suoni e che sarà protagonista delle prossime comunicazioni social.

Per questo non esitiamo a parlare di rebranding 4.0: perché questa attività è stata condotta allo stato dell'arte e porterà frutti nel presente, ma ancor più nel futuro.



Abbiamo creato uno spazio d'incontro e di cultura che parlasse di noi e per noi. La presenza di Diachem non deve essere solo promozionale, ma valoriale e ispirazionale.

Omar Patti
Art Director



> SPAZI E DIMENSIONI: LE CASE DI DIACHEM <

Lo spazio fisico: lo stand Interpoma

Il nostro nuovo approccio alla comunicazione ha trovato la sua prima manifestazione nello stand Diachem allestito in occasione della fiera Interpoma: uno spazio che diventa non solo promozione ma anche narrazione, abbraccio, collaborazione. Nel segno dei nostri valori.

La nostra nuova identità è l'incontro tra pensiero e azione, tra concetti e concretezza. Per questo abbiamo voluto che una cornice importante e dal respiro internazionale come Interpoma diventasse teatro e manifestazione di questo rebranding.

Il concetto di *Embrace Agriculture* è diventato guida per la costruzione di uno stand che, da spazio espositivo, è diventato spazio d'incontro: abbiamo trasformato la presenza di Diachem in una vera e propria agorà in cui confrontarsi, dialogare, sentendosi sempre al centro del nostro percorso.

Il progetto, firmato dallo Studio Calvi, ha reso i nostri pillars aziendali, veri e propri pilastri: elementi architettonici chiamati a raccontare i nostri valori e la nostra identità.

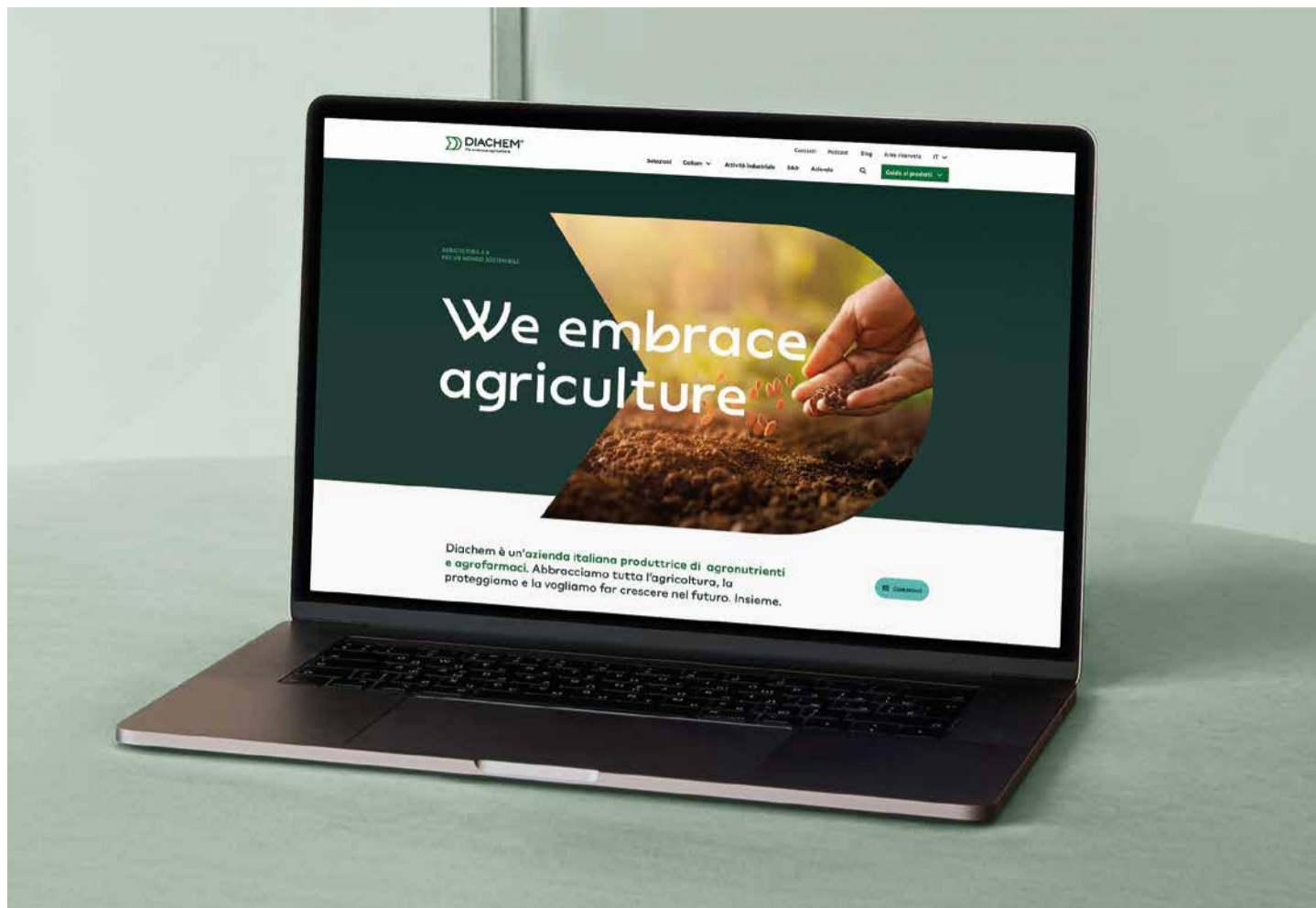
Il progetto ha voluto raccontare in maniera ciò che siamo sempre stati e che siamo: ecco perché lo spazio dello stand è stato circoscritto ma non chiuso. Un racconto fatto di geometrie e di immagini, realizzate grazie al supporto grafico di Omar Patti, che sottolinea quanto Diachem abbia nel DNA una apertura verso gli altri, quanto sia naturalmente predisposta all'osservazione di

ciò che la circonda, all'ascolto di suggerimenti e domande, chiara e trasparente negli intenti e nelle sue soluzioni e sempre con uno sguardo proiettato verso quello che è il futuro che immaginiamo.

Un futuro in cui gli agricoltori di oggi e le nuove generazioni possano incontrarsi per portare avanti un concetto di agricoltura che guardi all'intero Pianeta, alle sue esigenze e alle sue sfide, con la certezza di trovare in Diachem un partner sempre presente, sempre affidabile, sempre disponibile e solido.



Visita il nostro nuovo sito



SPAZI E DIMENSIONI: LE CASE DI DIACHEM

Lo spazio digitale: il nuovo sito

Le persone prima di tutto. Il nuovo sito di Diachem mette al centro l'esperienza dei nostri clienti, trasformandosi in uno strumento di servizio all'insegna della semplicità, della velocità e dell'aggiornamento. In totale continuità con la filosofia del nostro rebranding.

Un sito può essere una vetrina. Un sito può essere un catalogo. Per noi, un sito deve essere un servizio in più. Uno strumento che deve sostenere e supportare il lavoro di tutti i giorni dei nostri clienti e partner. Con questo spirito abbiamo ridisegnato il sito Diachem.

Servizio è attenzione: nel disegnare il nuovo sito abbiamo pensato prima di tutto alle richieste e alle esigenze dei nostri clienti ed è per questo che abbiamo messo le colture al centro, dando l'opportunità a ogni agricoltore di poter scoprire tutte le nostre soluzioni per ogni singola coltura. La nostra visione dell'approccio integrato è perfettamente raccontata dalla nuova architettura del sito, nel quale agronutrienti e agrofarmaci sono uniti per offrire la migliore risposta possibile.

Servizio è informazione: abbiamo reso il nostro sito una piattaforma in evoluzione costante e aggiornata in tempo reale con le novità in termini di normative legate al settore degli agrofarmaci e degli agronutrienti. Una piattaforma di conoscenze che vogliamo

condividere con tutti gli operatori del nostro settore. Nel sito Diachem troverete un'integrazione perfetta tra semplicità di navigazione e puntualità dei dati: un valore aggiunto che fa del sito anche uno strumento da consultare periodicamente per essere sempre in linea con le novità e le norme di legge.

Servizio è semplicità: il nuovo sito Diachem ha fatto della chiarezza il suo punto di forza. Abbiamo reso protagonista la nostra nuova identità, utilizzando la nostra nuova immagine e i nostri colori per guidare gli utenti verso il prodotto migliore per le loro esigenze. Perché Diachem è soprattutto questo: un ecosistema a servizio dell'agricoltura.

Il nuovo sito è stato creato con il desiderio di rendere visibile e navigabile il concetto stesso di approccio integrato che è uno dei punti di forza di Diachem.

Carlo Simonini | Lead Design Digital

› SPAZI E DIMENSIONI: LE CASE DI DIACHEM ‹

Lo spazio quotidiano: il nuovo packaging

Innovare, semplificare e uniformare. Il nuovo packaging sarà il primo ambasciatore del nostro rebranding. Un'evoluzione che segna un ulteriore passo in avanti nel nostro percorso e ci rende presenti con i nostri valori nella quotidianità di clienti e partner.

Identità e quotidianità: abbiamo voluto che i nostri prodotti fossero i primi ambasciatori del nuovo racconto legato ai valori, alla prospettiva e alla visione di Diachem. L'obiettivo è la coerenza, la strada è l'uniformità: per questo abbiamo puntato sull'innovazione e sulla semplificazione, esprimendo presenza nel pieno rispetto delle linee minimaliste e dei profili disegnati dal nuovo marchio Diachem.

Ci siamo lasciati guidare da un'idea di chiarezza, pulizia ed efficacia visiva con un approccio moderno e coordinato per tutte le linee prodotto grazie alla visione e alla capacità di sintesi grafica di Omar Patti. Per noi chiarezza è saper dare, già al primo sguardo, tutte le informazioni necessarie ai nostri clienti, grazie alla scelta di colori parlanti e caratteri chiari e di facile lettura.

Pulizia vuol dire semplicità nella presentazione dei nostri prodotti senza però rinunciare mai all'esclusività e alla migliore comunicazione possibile. Per questo abbiamo lasciato spazio

al bianco, colore che esprime tecnologia e positività e in grado di raccontare entrambe le anime di Diachem.

Siamo convinti che l'efficacia visiva sia la chiave per la memorabilità. Il nostro nuovo logo a "doppia D", il nuovo font e la palette colori sono quindi diventati protagonisti assoluti della nostra comunicazione dei prodotti, ridefinendo e rendendo unico l'universo visivo di Diachem.

Cerchiamo e vogliamo l'armonia: così come la natura agisce in maniera sinergica in tutte le sue parti, così l'applicazione di tutti i nuovi concetti legati al rebranding ha generato una perfetta alchimia tra gli elementi del packaging.

Come tutto ciò che ha contraddistinto il nostro rebranding, l'estetica è solo una parte del tutto e nulla viene fatto senza la massima attenzione alla funzionalità, alla chiarezza e con la mente rivolta verso il futuro e il presente. Abbiamo a lungo riflettuto sulla corretta gestione degli elementi nello spazio. Ne è emersa un'impostazione che assicura la totale coordinazione tra le diverse tipologie di packaging e garantisce, anche nei casi più particolari, il necessario rispetto delle norme vigenti in materia di etichettatura.

Identità, chiarezza e semplicità: così possiamo essere davvero unici. Così possiamo essere davvero Diachem.



Per noi chiarezza è saper dare, già al primo sguardo, tutte le informazioni necessarie ai nostri clienti, grazie alla scelta di colori parlanti e caratteri chiari e di facile lettura.



**Diachem è Persone.
Persone al servizio dell'agricoltura.**

Abbracciamo l'agricoltura: questa è la nostra promessa,
questa è la nostra visione, questo il nostro presente.
Un abbraccio che protegge, che include,
sostiene e guarda lontano.

 **DIACHEM[®]**
We embrace agriculture