

El Grup Sorigué presenta la seva nova imatge corporativa

La presentació coincideix amb el 60è aniversari de la companyia

El Grup Sorigué estrena la seva nova identitat corporativa, símbol de la nova etapa empresarial que inicia la corporació, amb un primer objectiu: unificar totes les àrees de negoci i cultures que conformen el grup empresarial sota una única marca. Aquesta presentació coincideix amb la celebració dels 60 anys d'història del grup.

La nova imatge és el primer pas en l'evolució de l'estratègia empresarial de Sorigué, impulsada pel relleu generacional en la direcció del grup. Ana Vallés, presidenta del grup, destaca que «la nova marca posa en valor la identitat i la trajectòria de l'empresa, i materialitza la nova estratègia de negoci basada en una aposta per aglutinar les línies d'activitat aprofitant-ne les sinergies, alhora que optimitza els recursos interns».

Nova estratègia

Part d'aquesta nova estratègia empresarial es basa en una aposta ferma per la innovació i la tecnologia. Sorigué ha estat reconeguda amb el primer premi Emulsar... i actualment desenvolupa projectes conjunts amb prestigioses universitats nacionals, com la Universitat de Barcelona, i internacionals com Harvard. En aquest marc d'innovació, Sorigué participa al Smart City Expo World Congress inaugurat avui a Barcelona.

Un altre punt clau és l'externalització, amb una atenció especial respecte de països com la Xina, Algèria i del nord d'Europa, entre d'altres.

Un dels primers fruits d'aquesta visió és el projecte PLANTA, presentat a la Biennial de Venècia d'arquitectura el mes juny passat. Mitjançant aquest projecte, el grup fixa un punt de trobada que afavoreix l'emergència d'iniciatives i de sinergies empresarials. PLANTA es presenta com un espai per al talent i el coneixement en què s'uneixen art, ciència, tecnologia, arquitectura i empresa.

Nova marca

La nova arquitectura de marca organitza la cartera d'empreses del grup, format per més de 50 empreses amb seu a les principals ciutats espanyoles (Acsa, Ambitec, Firtec, Coutex, Axer, Vialex, Ditransco, Nordvert...), i especifica les relacions entre elles per optimitzar-ne el valor conjunt com a actiu econòmic. «Amb aquesta nova estratègia de marca unim els nostres esforços i objectius empresarials, creem un sistema estructurat que permet expressar qui som, el nostre posicionament i personalitat per mitjà d'un estil propi i distintiu», assenyala Vallés.

La nova marca Sorigué conviurà durant un període provisional amb la submarca Acsa Sorigué.

El procés de creació d'aquesta nova identitat ha estat dirigit per una de les principals empreses de *branding* i estratègia corporativa del nostre país, SUMMA.

Departament d'Imatge i Comunicació

comunicacion@sorigue.com

www.sorigue.com

+34 673 700 368 +34 616 441 964