

# IL METODO

Un progetto ambizioso che ha richiesto un processo strutturato:

- scouting e gara tra le migliori Agenzie di Branding internazionali che ha visto FutureBrand\* vincitrice della consultazione e partner di Arexons in questo importante processo;
- verifica delle soluzioni proposte dall'Agenzia tramite ricerche di mercato estensive, condotte da GPF\*, uno dei più importanti Istituti di Ricerche di Mercato in Italia.

# OUR METHOD

An ambitious project that called for a well-structured process, with:

- scouting activities and a competition held for leading international branding companies, which led to FutureBrand\* securing the contract to consult and assist Arexons in this important process;
- assessment of the solutions proposed by the agency through extensive market research conducted by GPF\*, one of the leading market research institutes in Italy.

\* Tutti i marchi citati appartengono ai rispettivi proprietari

\* All brands cited are the property of their respective copyright owners

# L'OFFERTA A SCAFFALE

Alta riconoscibilità del brand Arexons anche nel caso di un layout espositivo organizzato per tipologia di prodotto e non per marca.

## SHELF IDENTITY

The Arexons brand is clearly visible and recognisable even in the case of store shelf layouts organised by product type and not by brand.



## ADV A SUPPORTO

Dal 2017 partirà un'attività costante sul web e sulla pagina Facebook di Arexons con la pubblicazione di post che rimanderanno al sito internet nella sezione del blog e che presenteranno al Consumatore la nuova linea Car Care.

## SUPPORTING ADVERTISING CAMPAIGN

A continuous campaign conducted on the internet and via the Arexons Facebook page will commence in 2017, with posts published on the page linking to the blog section of the website and presenting the new Car Care line to consumers.



LAL 08/16

# GUIDARE L'INNOVAZIONE PER COMPETERE DA PROTAGONISTI

E' questa la missione che da 90 anni, fin dalla fondazione, ispira e anima l'attività di Arexons.

Con lo stesso spirito di allora, Arexons ha deciso di ripensare alla Marca ed alla linea Car Care con una nuova identità grafica che, fin dall'inizio, è stata concepita e sviluppata perseguendo tre obiettivi:

- aumentare la riconoscibilità del Marchio all'interno di uno scaffale affollato e complesso;
- rappresentare il benchmark nello scaffale distinguendosi da qualsiasi competitor;
- confortare il Consumatore sulla propria scelta del miglior prodotto in logica di rapporto Qualità/Prezzo.

# GUIDING INNOVATION TO COMPETE AT THE TOP

This is the mission that has inspired and driven everything that Arexons does since the brand was founded 90 years ago.

With this same spirit, Arexons has decided to redefine its brand and its Car Care line with a new graphic identity conceived from the start to achieve three specific goals:

- to maximise the recognisability of the brand on a crowded, cluttered store shelf;
- to represent the benchmark on the store shelf and stand apart from all competitors;
- to reassure consumers that they have chosen the right product, which gives them the best quality for their money.



EXPERIENCE TO PERFORM



# NEW PACKAGING DESIGN SYSTEM

DAL BRAND POSITIONING DI AREXONS ALLA NUOVA IDENTITÀ  
FROM THE BRAND POSITIONING OF AREXONS TO ITS NEW IDENTITY

## BRAND PLUS

### OUR PURPOSE

Proteggere e conservare il valore della tua auto nel tempo.

To protect your car and maintain its value over time.

### WHAT WE OFFER

La nostra esperienza per la cura dell'auto.

Our experience in car care.

### EXPERIENCE TO PERFORM

### PERSONALITY

Un esperto preparato e aggiornato sempre al tuo fianco.

A highly qualified expert with all the latest knowledge continuously by your side.

### OUR VALUES

Innovazione  
Sicurezza  
Tradizione

Innovation  
Safety  
Tradition

Partendo dai principi costitutivi della Marca, FutureBrand ha proposto tre diverse strade creative di Packaging Design System successivamente testate su un campione di circa 800 persone:

Starting from an analysis of the core principles of the brand, FutureBrand proposed three different creative directions for the Packaging Design System, which were subsequently tested on a sample group of approximately 800 persons made up as follows:

GUIDATORI DI AUTO E ACQUIRENTI CAR CARE: 100%

DRIVERS AND CAR CARE PRODUCT CONSUMERS: 100%

UOMINI / MEN	80%	GENERE / GENDER
DONNE / WOMEN	20%	
25 > 40 ANNI / 25 > 40 YEARS	50%	ETÀ / AGE
41 > 60 ANNI / 41 > 60 YEARS	50%	
UTILIZZATORI AREXONS / AREXONS USERS	50%	BRAND
UTILIZZATORI MAFRA / MAFRA USERS	25%	
ALTRI / USERS OF OTHER BRANDS	25%	

### LA RICERCA DI MERCATO IN TRE FASI

#### A MARKET RESEARCH PROJECT IN THREE STAGES

FASE DESK DESK STAGE	FASE MOTIVAZIONALE MOTIVATIONAL STAGE	FASE QUANTITATIVA QUANTITATIVE STAGE
Analisi Semiotica del linguaggio e dei codici di comunicazione utilizzati nell'attuale Design System e nelle nuove proposte creative. Semiotic analysis of the language and codes used in the current Design System and in the new creative proposals.	Focus Group per comprendere le potenzialità ed analizzare punti di forza, di debolezza e spunti migliorativi di ciascuna proposta creativa. Focus group to comprehend the potential and to analyse the strengths, weaknesses and aspects which could be improved of each creative proposal.	Interviste CAWI per misurare la forza di ciascuna proposta in relazione alle altre ed all'attuale Design System. CAWI interviews to quantify the strength of each proposal in comparison with the other proposals and the current Design System.

### EVIDENZE DELL'ANALISI / ANALYSIS RESULTS

#### I DRIVER DI SCELTA DELLA CATEGORIA

##### Primari

La Marca - Look & feel moderno e visual chiaro e didascalico.

##### Secondari

Prezzo.

#### DECISION DRIVERS FOR THIS CATEGORY

##### Primary

Modern brand look and feel and clear, informative visuals.

##### Secondary

Price.

#### BRAND PERCEPTION DI AREXONS

Arexons viene riconosciuto:

- come un brand **storico, affidabile e sicuro**;
- come brand che offre un **assortimento ampio e profondo** di prodotti di buona qualità e professionalità;
- **Arexons diventa quindi sinonimo di Assortimento di Qualità**.

L'offerta Arexons a scaffale è identificata dal blu: così rilevante a livello percettivo da coniare il colore "blu Arexons".

#### THE BRAND PERCEPTION OF AREXONS

Arexons is recognised:

- as a **historic, dependable and safe** brand;
- as a brand offering a **broad and comprehensive range** of high quality products and professionalism;
- **Arexons is therefore perceived as synonymous with Quality and Choice**.

Arexons products are identified on the store shelf by the colour blue. This plays such a significant role on a perceptive level that a specific new colour - "Arexons blue" - has been created.

# NEW PACKAGING

Il **LOGO** Arexons diventa l'**EROE** protagonista del packaging; posizionato sempre centralmente, divide la parte superiore dedicata al **VISUAL** dell'**AREA DI APPLICAZIONE** da quella inferiore destinata alla descrizione ed al plus di prodotto. Il **NUOVO BLU** diventa ancora più distintivo e benchmark di riferimento a scaffale per la categoria.

The Arexons **LOGO** has become the **HERO** and the central focus of the packaging. The logo is always placed in the centre, dividing the upper portion, dedicated to the **AREA OF APPLICATION**, from the lower portion, containing the description and plus points of the product. The **NEW BLUE** is even more distinctive than ever, standing out as the benchmark for the category on the store shelf.



# PUNTI DI FORZA DEL NUOVO PACKAGING STRENGTHS OF NEW PACKAGING

#### PACKAGING

Sempre blu per ogni tipo di prodotto/flacone/ formato.

#### PACKAGING

Always blue, for all product/bottle/format types.

#### VISUAL

Azzurro/Blu per veicolare "tecnologia e premiumness".

#### VISUAL

Light blue/Blue to convey "technology and premiumness".

#### LOGO

Sempre centrale.

#### LOGO

Always in centre.

#### NOME DESCRITTIVO

Senza subbrand per una maggiore leggibilità.

#### DESCRIPTIVE NAME

With no sub-brand, for greater legibility.

#### GUIDA ALLA SCELTA

Semplice e chiara sul back of packaging della categoria Cere.

#### PRODUCT CHOICE GUIDE

Simple and clear on the back of Wax category packaging.

#### ITALIANITÀ

Qualità "Made in Italy" rappresentata su tutti i packaging.

#### ITALIANNES

Proudly Italian quality expressed on all packaging.

#### PANNELLO COMUNICAZIONALE/FONT

Informazioni chiare e font semplificata.

#### COMMUNICATION PANEL/FONT

Clear information in a simplified font.

**arexons**  
POLISH  
RINNOVANTE

ELIMINA RIGHE, OPACITÀ  
E GRAFFI DIFFUSI  
SULLA CARROZZERIA

CON AGENTI  
ANTIOSSIDANTI