

Marco Borroni  
Unical S.p.A.

## ATECAP premia il PROGETTO H2NO

## ATECAP awards the H2NO PROJECT

IL PREMIO ATECAP, GIUNTO ORMAI ALLA QUINTA EDIZIONE, È APERTO A TUTTI I PRODUTTORI DI CALCESTRUZZO ASSOCIATI. UNICAL HA RICEVUTO IL PREMIO PER LA CATEGORIA COMUNICAZIONE GRAZIE AL SUO "PROGETTO H2NO", NATO PER DIRE BASTA ALLE AGGIUNTE D'ACQUA IN CANTIERE.

*NOW IN ITS FIFTH EDITION, THE ATECAP AWARD IS OPEN TO ALL CONCRETE PRODUCERS WHO ARE MEMBERS OF THE ASSOCIATION. UNICAL'S H2NO PROJECT, WHICH WAS INITIATED TO ELIMINATE THE PRACTICE OF ADDING WATER AT THE JOB SITE, RECEIVED THE COMMUNICATION CATEGORY AWARD.*

**A**TECAP (Associazione Tecnico Economica Calcestruzzo Preconfezionato) è l'associazione che raccoglie gli operatori del settore e ne rappresenta gli interessi nei confronti delle istituzioni e della comunità. Da sempre uno degli scopi principali dell'associazione è promuovere la crescita culturale e tecnologica del settore, sia verso i propri associati che verso il mondo esterno composto da legislatori, committenti, professionisti, imprese ed in generale chi è coinvolto nel processo della costruzione. Tra le varie attività intraprese è ormai tradizionale il conferimento, in occasione del congresso annuale, di un premio alle aziende distinte per particolari progressi in un settore specifico; fino ad oggi in ambiti tecnologici o tecnici di impiantistica industriale. Nel passato il premio ha quindi avuto un orientamento diretto più verso l'interno dell'Associazione, volto a sottolineare aspetti specifici del settore; quest'anno è stata invece introdotta una nuova categoria del premio, riguardante l'attività di comunicazione effettuata dalle aziende.

Il Premio intende valorizzare le attività di comunicazione distinte per innovazione, trasparenza verso il cliente finale, miglioramento dell'immagine aziendale e di percezione del prodotto. Il Progetto H2NO di Unical è il vincitore per l'anno 2010, esso si è sviluppato (ed ancora prosegue) su due grandi linee: una interna, centrata sull'evoluzione del processo produttivo, ed una esterna, volta alla comunicazione verso il mercato di questa evoluzione. Per la prima volta un'azienda pone l'accento sui temi fondamentali del settore, evidenziando i problemi esistenti e le soluzioni per risolverli, siano esse offerte dalle normative esistenti oppure dal processo produttivo e di assistenza offerto da Unical. La perfetta identità tra le richieste della normativa (e dalla buona tecnica di cantiere) e le modalità operative di Unical nel produrre, consegnare e supportare il cliente è un punto fondamentale del Progetto H2NO: partendo dall'esigenza di eliminare l'uso delle aggiunte d'acqua in cantiere, da cui il gioco di parole nel nome del progetto, si è giunti ad affrontare un insieme più ampio di processi di produzione e modalità di consegna che vedono il nostro cliente in un ruolo chiave: solo la sua corretta informazione e coinvolgimento possono portare al successo del progetto. Nel corso dell'anno è quindi stata svolta un'intensa attività con più strumenti:

- una campagna sulle principali riviste del settore per richiamare l'attenzione sul Progetto;
- oltre 40 incontri con imprese e progettisti per illustrare l'impatto delle Norme Tecniche delle Costruzioni sul mondo del calcestruzzo e le offerte di Unical, con oltre 3.000 partecipanti;
- redazione di una serie di opuscoli tecnici sulla corretta prescrizione del calcestruzzo, sulla giusta individuazione delle classi di consistenza, sulla corretta effettuazione dei prelievi. Tutto il materiale è stato distribuito in forma cartacea ed è disponibile sul nostro sito Internet;
- redazione di un opuscolo che riassume i temi del Progetto H2NO, distribuito nel corso degli incontri;
- distribuzione, nel corso degli incontri, di omaggi (magliette, cappellini, giacche per la pioggia) con il logo del Progetto;
- allestimento grafico dei furgoni aziendali utilizzati per l'assistenza in cantiere e delle autobetoniere con il logo del Progetto.

Il riconoscimento di ATECAP conferma la bontà della strada intrapresa e la nostra posizione di leader nel processo di crescita dell'industria del calcestruzzo preconfezionato.

1. MARCO BORRONI RICEVE  
IL PREMIO COMUNICAZIONE

MARCO BORRONI IS PRESENTED WITH  
THE COMMUNICATION AWARD



1

**A**TECAP (Associazione Tecnico Economica Calcestruzzo Preconfezionato) is the umbrella association of concrete producers and represents their interests when dealing with institutions and communities.

An ongoing major goal of the association is to promote the cultural and technological growth of the sector both internally to its members, and externally to legislators, committees, professionals, companies and in general anyone who is involved in construction.

One of the traditional activities is to present an award during the annual convention to a company that has distinguished itself by implementing improvements in a particular sector. Up to now, this has usually been in the areas of technological and technical innovation.

In the past, the award was more directly oriented toward the association itself and aimed at highlighting specific aspects within the sector; however, in 2010 a new awards category was introduced to recognize the communication activities performed by the companies. With this award, the Association intends to increase the value of the communication activities referring to innovation, transparency

towards the final customer, improvement of the company image and product perception. Unical's H2NO Project won the communication award for 2010. The project was developed along two main lines of interest; namely the internal communications that focused on the evolution of the production process, and the external communications that targeted the market that would benefit from the evolution. This was the first time that a company actually brought to the forefront fundamental issues facing the sector, pointing out the current problems together with the solutions to resolve them, whether they were derived from current regulations or from Unical's production process and assistance.

One of the fundamental aspects of the H2NO Project is the perfect concurrence between the regulatory requirements (good construction site practices) and Unical's method of producing, delivering and supporting the customer. By starting with the need to eliminate the practice of adding water at the job site – hence the name of the project – we tackled a broader set of production processes and delivery methods that placed our customers in a key role: the project would be a success only if

they were properly informed and engaged. Throughout the year, we used a variety of tools in our communication strategy:

- We campaigned in the main trade journals to bring attention to the project;
  - We held over 40 meetings with more than 3,000 participants ranging from company representatives to designers to explain the impact of the Construction Regulations on the concrete industry and to highlight Unical's offerings;
  - We printed a series of technical brochures on the correct concrete requirements, proper identification of consistency classes, and the proper way to take samples, all of which was distributed in paper format and is available on our website;
  - We created a pamphlet summarizing the aspects of the H2NO Project and distributed it during the meetings;
  - We handed out freebies displaying the Project logo during meetings (sweaters, caps, rain gear);
  - We placed the Project logo on the company trucks used by our construction site technicians and the cement truck-mixers.
- The award from ATECAP confirms that we are on the right path and leading the growth of the ready-mix concrete sector.