

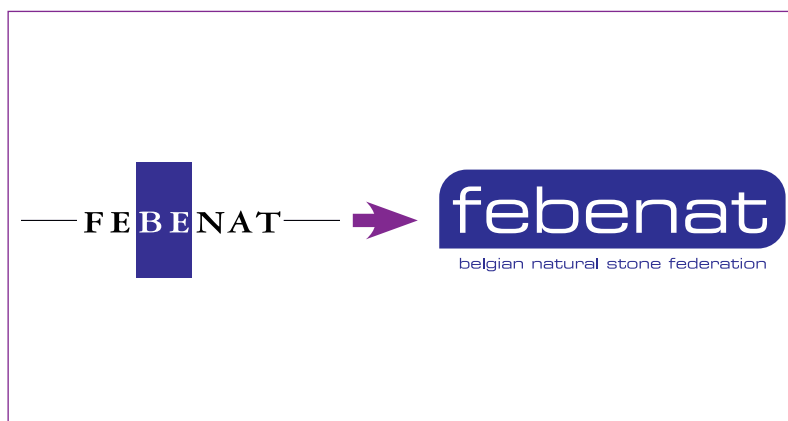
Een nieuwe look voor Febenat

Als ik zonder context het woord 'branding' lees, dan denk ik steeds aan de kust, het strand en de golven die er op inslaan. Zeker met dit weer (nu schijnt de zon buiten). Maar deze branding gaat over het benoemen van een merk. Ook Febenat is een merk. Weliswaar een merk dat niets verkoopt maar daarom niet minder belangrijk. Onze federatie kondigt met enige trots haar nieuwe logo aan. Deze metamorfose gaat ook gepaard met een vernieuwde website. Naast de vertrouwde technische fiches werd alles in een nieuw kleedje gestoken.

Klopt het plaatje?

Veranderingen doorvoeren, stuit meestal op heel wat weerstand. Of het nu een nieuwe koffiemachine is of een nieuwe baas, mensen houden doorgaans niet zo van verandering. Maar een veel grotere verandering is toch wel het beeldmerk of logo en de eventueel daarbij horende huisstijl. Er zijn veel bedrijven zoals bijvoorbeeld frisdrankproducent Pepsi die al decennia lang bestaan en in de loop der tijd al een hele resem logo's hebben gehad. Maar waarom en wanneer hebben zij hun logo veranderd en, nog belangrijker, wanneer is het voor uw merk hoogtijd om in een nieuw kleedje gestoken te worden?

Wanneer twee merken fuseren, dan is een nieuw logo meestal een logisch gevolg. Kijk maar naar de fusie tussen bierbrouwers Anheuser-Busch en Inbev. Maar soms wordt dit bewust niet gedaan. Toen General Motors -dat reeds in het bezit was van Opel- in Engeland Vauxhall kocht, werd omwille van de



merkbekendheid beslist om de originele naam en het bestaande logo gewoon te behouden.

Maar ook wanneer banken er een zootje van maken, zoals Fortis en Dexia in een recent verleden, krijgen we een ander logo en in sommige gevallen een andere naam.

Naamsverandering

De naamsverandering van een merk kan om verschillende redenen gebeuren. De oude naam dekt de lading niet meer. Een naam kan ook in een ander land verkeerd worden uitgesproken. De betekenis van een woord kan over de jaren heen veranderen. De naam distantieert zich van een bepaald marktsegment. Een verandering van naam impliceert rechtstreeks een verandering van het logo.

Naarmate een bedrijf groeit, verandert de positionering, wordt het doel van het bedrijf duidelijker en openen zich nieuwe markten. Op zo'n moment is het tijd om het logo van het bedrijf een nieuwe richting te geven. De creatieve vraag rest welke elementen van de oude identiteit bewaard moeten blijven en of de verandering van het logo een evolutie moet zijn dan wel een volledig nieuw visueel concept.

Een merk/bedrijf evolueert door de jaren heen, bij de ene al sneller dan bij de andere. Dit wil echter niet zeggen dat bij elke verandering een

nieuw logo gecreëerd moet worden. De kunst bestaat erin om op het juiste moment de juiste wijziging aan het beeldmerk door te voeren:

* Is het duidelijk zichtbaar dat het logo nog dateert van 15 jaar geleden, maar zijn de expertises van het bedrijf ondertussen veel verder geëvolueerd?

* Heeft een bedrijf besloten om een nieuw marktsegment aan te boren of internationaal uit te breiden?

* Wil het nieuwe management door middel van een ander logo kenbaar maken dat er een frisse wind door het bedrijf waait?

Dit kunnen allemaal redenen zijn om het oude logo in een nieuw kleedje te stoppen

Nieuw Febenat-logo

Veel kleine bedrijven maken de fout om bij de opstart weinig aandacht en budget te besteden aan de ontwikkeling van het beeldmerk. Ze hebben niet de financiële middelen om een logo te laten ontwerpen en staan vaak niet stil bij het belang van een goed ontwikkeld logo. Nochtans is dit het uithangbord van het bedrijf dat voor herkenbaarheid in de markt zorgt, en bij de consument een gevoel van waarde en vertrouwen schept.

Zoals in het vorige hoofdstuk aangehaald, is het wijzigen van een logo helemaal niet evident. Ook bij Febenat zijn we niet over één nacht

ijs gegaan. Er moest sowieso iets veranderen, daar was iedereen het over eens. Zo was onze website danig verouderd: inhoudelijk werden wel regelmatig aanpassingen gedaan, maar de code van de website liet een vlotte wijziging niet toe. De metamorfose van onze site (www.febnat.be) ligt dan ook aan de basis van het nieuwe logo. De herkenbaarheid blijft. De naam verandert niet en de bestaande kleur hebben we verwerkt in het nieuwe logo. De contouren van het logo komen terug in de rest van de vormgeving en moet een tekstballon voorstellen. Dit leunt aan bij de geest van informatieverstrekking waar Febenat voor staat. Daarnaast is er gekozen om het Febenat-logo een onderschrift te geven. In een land als België, waar drie talen worden gesproken, leek het ons logisch een compromis te zoeken dat ook het internationaal karakter van Febenat extra versterkt: namelijk de Engelstalige pay-off 'belgian natural stone federation'.

Zoals het een goed merk betaamt, richt onze website zich op verschillende doelgroepen. Vanaf nu zijn er aparte rubrieken voor architecten, handelaars en andere professionals en particulieren voorzien. Daardoor vindt iedereen er zijn gading. Naast de vertrouwde technische fiches zal u meer kunnen lezen over onze federatie en haar werking. Voorlopig nog in het Frans en het Nederlands, maar in een later stadium eveneens in het Engels en het Duits. De verschillende rubrieken en onderwerpen kan u zo meteen zelf lezen op www.febnat.be maar ik licht toch al een tipje van de sluier.

Voor de architect

Sommige materialen hebben nu éénmaal meer cachet dan andere. Natuursteen is hier het mooiste voorbeeld van. In de loop der eeuwen was natuursteen het materiaal bij uitstek voor kastelen, paleizen, heiligdommen en kathedralen. Natuursteen droeg de grandeur van volkeren en beschavingen uit.

Ook vandaag nog vallen uw smaak, stijl en verfijning af te lezen van uw keuze voor natuursteen. De architect speelt hierbij een belangrijke rol. Natuursteen is en blijft een tijdloos en actueel bouw materiaal. De grootste architecten willen vaak van niets anders weten. Omdat natuursteen 'echt' is en perfect past in een hedendaagse levensstijl. Febenat helpt mee de keuze te bepalen op een neutrale en informatieve manier.

Voor de professioneel

Nuances in kleur en structuur zorgen ervoor dat geen twee stenen of tegels identiek zijn. Hoezeer andere vloerbekledingen deze natuurlijke eigenschappen proberen na te bootsen, zullen ze er nooit helemaal in slagen. Mensenhanden en machines kunnen niet wat de natuur vermag. De handelaar zorgt voor een ruim aanbod en de kennis die nodig is om de juiste steen op de juiste plaats te krijgen. Door een steeds ruimere keuze, is er voor elk budget een oplossing. De prijs/kwaliteitsverhouding van natuursteen, over een lange periode, speelt in het voordeel van natuursteen.



Voor de particulier

Leisteen, kalksteen, zandsteen, marmer, porfier, graniet, blauwe hardsteen... er bestaan zodanig veel soorten natuursteen dat de oplossingen voor binnen en buiten legio zijn. Voor elke ruimte in huis is er wel een geschikte natuursteen. Ook buiten staat natuursteen garant voor mooie en duurzame oplossingen voor opritten, terrassen, tuinpaden en zwembaden. De juiste materiaalkeuze in functie van de toepassing gecombineerd met een aangepast onderhoud, garandeert u een levenslange tevredenheid.

Variatie betekent ook dat natuursteen verschillende toepassingsgebieden heeft: keuken- en lavabotabletten, trappen, gevels, wandbekleding,... Kortom, op natuursteen raak je gewoon nooit uitgekeken!

Waarom Febenat?

Het is uitermate belangrijk om de juiste vloer te kiezen! Er zijn zoveel materialen en afwerkingen op de markt, elk met hun voor- of nadelen, een eigen look en karakter. Meestal moet men compromissen maken en kiezen voor één bepaald aspect. De ene kiest voor de prijs of het design, de andere voor de duurzaamheid, het onderhoudsgemak, de sfeer, de warmte, enzovoort. Natuursteen vormt hierop een uitzondering, het is immers een materiaal dat de meeste voordelen in één product verenigt. Natuursteen heeft tevens iets mystieks, wetende dat de vloer waar je elke dag op loopt miljoenen jaren oud is. Febenat informeert u op een objectieve wijze over alle facetten van natuursteen.

Denkt U aan natuursteen, denk dan aan Febenat!

Geert Legein • Directeur Febenat