

Cementos Molins llança una nova identitat corporativa per a convertir-se en un referent global en solucions per a la construcció

- La nova marca MOLINS unifica les diferents marques comercials existents a Espanya sota una mateixa identitat.
- Alineat amb la nova identitat, Molins llança Susterra la seva nova gamma de solucions amb atributs de sostenibilitat.

En la seva aposta per convertir-se en un referent global en solucions innovadores i sostenibles per a la construcció, Molins marca una nova fita en la seva història i llança una nova identitat corporativa. Així, la companyia unifica les seves marques comercials a Espanya -Cementos Molins Industrial, Promsa, Propamsa, Pretersa-Prenavisa i Precon- sota una mateixa identitat que representa una àmplia gamma de productes i solucions per a la construcció.

El nou lema "Construint el present, impulsant el futur" reflecteix l'evolució en la marca de Molins i un nou capítol en la seva història empresarial amb un propòsit molt clar: impulsar el desenvolupament social i la qualitat de vida de les persones creant solucions innovadores i sostenibles per a la construcció.

Per a això l'empresa té una estratègia molt clara a partir de la seva sòlida base de fabricació de ciment amb cada vegada menys CO₂, apostar per la innovació i sostenibilitat per a expandir el seu catàleg de formigons sostenibles, paviments, solucions prefabricades, morters especials, sistemes d'aïllament tèrmic d'edificis, mobiliari urbà i economia circular.

En paraules del CEO de Molins, Julio Rodríguez, "el ciment és la base de la companyia, representa el 60% del nostre negoci actual i estem invertint a reduir les emissions fins a arribar al net zero 2050. No obstant això, avui som una companyia que ofereix un ampli catàleg de solucions per a la construcció i la nostra estratègia a llarg termini és continuar creixent en tota mena de solucions constructives de manera que puguem oferir un servei cada vegada millor als nostres clients". Rodríguez remarca que "la nova identitat representa una oportunitat única per a donar-li un nou impuls a una marca associada fermament amb conceptes clau com són la sostenibilitat i la innovació".

Representant una àmplia oferta de solucions

Amb el llançament de la nova marca, Molins ha creat sis descriptius de negoci que distingeixen les diferents àrees de la companyia i que marquen noves línies de creixement en solucions i productes: "Ciment", "Formigó i àrids", "Economia circular", "Solucions per a la construcció", "Solucions prefabricades" i "Paisatge urbà".

En aquest procés, Molins unifica les marques comercials dels seus negocis a excepció de ESCOFET i CALUCEM, que s'han mantingut per les seves singularitat i especialització; en tots dos casos, s'aplicarà un endós al seu logo amb la nova identitat de la companyia a la qual pertanyen, convertint-se en 'Escofet by Molins' i 'Calucem by Molins'.

Molins llança “Susterra”, la nova gamma de solucions amb atributs de sostenibilitat

Alineat amb la nova identitat, Molins també ha llançat al mercat Susterra, la nova gamma de solucions que agrupa tots aquells productes i solucions de l'empresa que permeten fer un salt significatiu en l'àmbit de la sostenibilitat. Aquesta nova gamma distingeix als productes i solucions amb una forta contribució a la reducció d'emissions i descarbonització, a l'economia circular, o també que promoguin un entorn de treball més segur per a les persones.

Susterra neix per a donar un nou impuls al “Sustainability Roadmap 2030” de la companyia, i serà un catalitzador per a aconseguir un formigó amb zero emissions en 2050.