

PRODOTTI

Tempo®: il fazzoletto moderno e la marca dal marketing solido

50 anni sulla breccia non sono pochi, un caso di manutenzione da manuale.

Silvia Barbieri - Future Brand

Tempo® è e resta il fazzoletto, dimostrando la sua vocazione specialistica. Allo stesso tempo la marca dimostra di saper fare innovazione, quella vera, orientata al consumatore e con benefici rilevanti. Infatti, la gamma si articola con un'offerta ricca, dedicata a bisogni o target di consumo specifici. Un'attività di innovation creativa, in grado di rinnovare una categoria che potrebbe sembrare una commodity, senza però perdere di vista il proprio ruolo nella vita delle persone ed evitando così la trappola da una parte della staticità e dall'altra dell'ipertrofismo.

Da oltre 50 anni Tempo® è il fazzoletto moderno, quello che ha reso superato il vecchio fazzoletto di stoffa: una marca presente nelle abitudini quotidiane di tanti, di tutti; una marca - oggi parte del gruppo SCA, in Italia commercializzata da Fater - che ha sempre fatto del marketing solido nella sostanza proprio perché attento alle reali esigenze del consumatore, costruendosi una leadership duratura.

L'APPROCCIO AL BUSINESS DI TEMPO®, FATTO DI SOLIDITÀ E ATTENZIONE, trova concretezza in quella resistenza morbida che è il benefit principale del prodotto, quello che ne ha costruito il successo rendendolo un sostituto credibile e funzionale del fazzoletto di stoffa e che ancora oggi rappresenta la condicio sine qua non della sua forza competitiva. Quattro veli delle cellulose migliori lavorate da tecnologie innovative che sono l'essenza, l'anima forte del morbido fazzoletto: il punto di partenza per un'articolazione della gamma interessante e intelligente.

OVVIAMENTE SI PARTE DAL CLASSICO, IL QUATTRO VELI, presente in più formati, a cui si affianca la linea kids, ingentilita dai disegni di simpatici animali, poi le veline cosmetiche, il formato box per il consumo in casa, via via fino ai fazzoletti più innovativi, come l'aromathera™ arricchito di olii essenziali per dare relax e benessere, il fazzoletto con l'emolliente aloe per le pelli sensibili, fino al nuovissimo Complete Care, il rivoluzionario fazzoletto che ha anche una azione balsamica e decongestionante in caso di raffreddore.

FORTE NELLA SUA DELICATA RESISTENZA, forte nella sua rilevanza, forte nella sua innovazione, forte nei segni identitari e nella comunicazione: Tempo® è un bellissimo esempio di come si possa essere un champion anche in categorie che sembrerebbero banalizzate.

Tempo® è un prezioso esempio di equilibrio e armonia in quanto dimostra di tenere il focus sui valori che contano davvero: in primis il consumatore e i suoi bisogni, a cui dedica la sua attenzione e il suo impegno a un costante miglioramento delle performance dei suoi prodotti. Tempo® ha certamente il valore della qualità, una qualità ancora più vera perché anche essa radicata nei bisogni di chi consuma quella qualità.

TEMPO® È UN FAZZOLETTO PRAGMATICO che non perde mai di vista il suo ruolo, e che cerca di compiere quel compito al meglio, disegnando prodotti con un valore aggiunto percepibile, sempre. Tempo® è un illuminante esempio di innovazione reale o se vogliamo pragmatismo pionieristico.

Il logo ha una sua fortissima personalità, nonché notorietà: bianco su sfondo blu, riesce nella sua pulizia ad avere personalità grazie al trattino della lettera "t" che si ripete nella sottolineatura. Un'identity con grande visibilità, ben giocata con pulizia e ordine nei diversi prodotti, dove il blu è il protagonista e la segmentazione dell'offerta delegata a segni cromatici secondari ma di indubbia efficacia.

Piccolo dettaglio: solo nei descriptor dei prodotti manca una coerenza piena "di segno".

PUBBLICITÀ A SOSTEGNO DEL CORE PRODUCT o a sostegno dei nuovi lanci di prodotto, come il recente Complete Care, per nutrire in modo sinergico l'essenza del brand e la sua forza innovatrice. Una scelta giusta, premiata anche da una comunicazione che sa raccontare in modo coinvolgente e accessibile il beneficio concreto dei suoi prodotti. All'attività pubblicitaria si aggiunge poi una presenza web, nel sito e nelle maggiori community che diventano anche veicolo delle attività promozionali. Lodevole l'attività nelle scuole, dove Tempo® collabora per fare education sui più piccoli in materia di natura, clima e vegetazione. •

È TEMPO® ANCHE PER LA CARTA IGIENICA!

Non solo fazzoletti per il marchio Tempo®! Da settembre 2010 è infatti possibile trovare sugli scaffali dei supermarket anche la nuova carta igienica che riunisce i due punti di forza del marchio: qualità e attenzione verso il cliente. Tempo®, marchio oggi affermato per la sua expertise nell'ambito dei fazzoletti di carta, inizia questa nuova avventura puntando su un prodotto moderno ed innovativo capace di rispondere alle esigenze di molti consumatori. Il concept alla base della nuova referenza è la Morbistenza® una formula che unisce insieme morbidezza e resistenza, le due principali caratteristiche di questo prodotto ottenute grazie alla fusione di materiali e trame particolari che rendono il rotolo soffice e resistente. La Morbistenza® è un concetto brevettato e registrato da Tempo® con cui si intende la fusione di due elementi contrastanti. La morbidezza richiama il concetto di soffice, tenero, liscio e vellutato mentre la parola resistenza ci porta alla mente la capacità di non cedere all'usura, quindi un concetto di forza e di capacità di sopportare le sollecitazioni. La nuova carta igienica fonde queste due caratteristiche in un unico prodotto, richiamando alla mente l'identità di un brand forte e conosciuto. Tempo® carta igienica sarà presente sugli scaffali con una gamma completa e strutturata finalizzata a coprire più fasce di mercato. Oltre al formato "Classic" ci sarà anche un formato "Pelli Sensibili" che grazie ad un balsamo all'Aloe Vera, renderà la carta più morbida e gentilmente profumata perfetta per le pelli delicate. A completare l'offerta anche una versione umidificata dedicata all'utilizzo fuori casa. La nuova referenza evidenzia ancora una volta la grandissima esperienza e forza del brand Tempo® per i prodotti in carta tissue.