

Beat Stierli

Leiter Fachverband Landtechnik
Directeur de l'Association professionnelle Technique agricole

Notre identité grâce à une image uniforme

Chères Lectrices, chers Lecteurs,

L'importance des panneaux de signalisation a changé dans notre monde numérique dirigé par GPS. Les symboles, les logos et les signes représentent des aides d'orientation essentielles. Nous reconnaissons de nombreuses marques même si elles ne sont composées que de signes.

Le 12 juin 2015 les délégués de l'USM ont voté les structures de base de la nouvelle marque. Avec 67 oui, 13 non et une abstention, la grande majorité s'est exprimée en faveur d'une présence uniforme sur le marché et ont choisi un sujet pour la prochaine étape. Les représentants des associations régionales ont ainsi décidé d'abandonner leurs différents logos actuels et de les remplacer par une image unique. Cette décision est essentielle en vue du renforcement de la reconnaissance de notre branche. Les deux associations professionnelles et les associations régionales seront toujours présentes sur le marché sous le même toit (aujourd'hui USM). Les spécificités de la construction métallique et de la technique agricole seront rendues visibles par de nouveaux noms, courts et faciles à retenir. Nous avons ainsi créé les conditions pour une identité de marque spécifique. La nouvelle marque avec les différentes configurations sera soumise à l'Assemblée des délégués pour approbation le 6 novembre 2015. Le changement pour la nouvelle image de la branche est planifié pour l'Assemblée des délégués du 17 juin 2016. Un délai de transition jusqu'en 2018 est prévu pour la mise en œuvre dans les régions.

Le défi pour créer une identité commune pour notre branche, dans les régions et sur le plan national, et de l'introduire de manière durable, est au centre de ces travaux. C'est uniquement en unissant nos forces qu'il nous sera possible d'introduire ce sigle comme une aide d'orientation, une marque distinctive d'identité et de reconnaissance, qui permettra de positionner notre branche sur le marché. Si nous utilisons tous cette nouvelle image de la branche à chaque niveau, nous réussirons ce nouveau positionnement, malgré les moyens engagés limités.

Beat Stierli



Einheitlicher Auftritt schafft Identität

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Die Bedeutung von Wegweisern hat sich in unserer digitalisierten, GPS-gesteuerten Welt verändert. Symbole, Logos und Signale sind als Orientierungshilfen unerlässlich. Viele Marken erkennen wir, auch wenn sie nur aus einem Zeichen bestehen.

Am 12. Juni 2015 haben die Delegierten der SMU die Grundstrukturen der neuen Marke verabschiedet. Mit 67 Ja-Stimmen, 13 Nein-Stimmen und einer Enthaltung haben sie sich mit grosser Mehrheit für einen einheitlichen Markenauftritt ausgesprochen und ein Sujet zur weiteren Bearbeitung ausgewählt. Die Vertreter der regionalen Fachverbände haben sich somit entschieden, ihre aktuell sehr unterschiedlichen Logos aufzugeben und durch einen einheitlichen Auftritt zu ersetzen. Das ist ein wegweisender Entscheid für die Stärkung der Wiedererkennung.

Die beiden Fachverbände und die regionalen Fachverbände treten weiterhin unter einem Dach (heute SMU) auf. Die unterschiedlichen Ausprägungen des Metallbaus und der Landtechnik werden durch neue, kurze und merkfähige Namen sichtbar gemacht. Somit wird die Voraussetzung für eine spezifische Markenidentität geschaffen. Die neue Markenwelt mit den verschiedenen Ausprägungen wird dem Verbandsrat am 6. November 2015 zur Verabschiedung vorgelegt. Der Wechsel zum neuen Erscheinungsbild ist auf die Delegiertenversammlung vom 17. Juni 2016 geplant. Für die Umsetzung in den Regionen ist eine Übergangsfrist bis 2018 vorgesehen.

Im Zentrum dieser Arbeiten steht die Herausforderung, in den Regionen und national eine gemeinsame Identität für unsere Branche zu schaffen und nachhaltig einzuführen. Nur mit vereinten Kräften wird es möglich sein, dieses Zeichen als Orientierungshilfe, Identifikations- und Wiedererkennungsmerkmal einzuführen und um unsere Branche entsprechend zu positionieren. Wenn wir alle das neue Erscheinungsbild konsequent auf der jeweiligen Stufe einsetzen, wird uns die neue Positionierung trotz dem begrenzten Mitteleinsatz gelingen.

Beat Stierli