

Dobre zmiany w Grupie Azoty - Wartości rolnicze na pierwszy plan

Autor: Magdalena Kowalczyk

Data: 18 września 2020

Dobre zmiany w Grupie Azoty. Będąca jednym z liderów branży nawozowo-chemicznej w Europie stawia na nowy system komunikacji dla segmentu Agro. Nowa strategia zakłada, ujednoczenie opakowań dla wszystkich produktów nawozowych. Celem rebrandingu jest stworzenie nowoczesnej, spójnej wizerunkowo i rozpoznawalnej marki produktów nawiązującej do wyzwań stawianych przez nowy Zielony Ład.



Na zdjęciu dr Wojciech Wardacki, Prezes Zarządu Grupy Azoty S.A.

fot. Daniel Biernat

Nowa strategia marketingowa dla segmentu Agro stanowi kontynuację działań rozpoczętych w 2018 roku, gdy cztery spółki [Grupy Azoty](#) (z Tarnowa, Polic, Puław i Kędzierzyna) zdecydowały się podpisać „Umowę o współdziałaniu”. Dobre zmiany w Grupie Azoty

– W 2018 roku doprowadziliśmy do utworzenia zintegrowanej jednostki w postaci Dywizji Agro czyli wspólnej polityki, kierowania, prowadzenia spraw handlowych w imieniu całej Grupy Azoty i wszystkich zakładów tworzących Grupę w relacjach z otoczeniem i rynkiem. Kolejnym elementem, który dziś prezentujemy jest integracja w obszarze komunikacyjnym czyli rebranding produktów, opakowań – mówi dr Wojciech Wardacki, Prezes Zarządu Grupy Azoty S.A.

Jak Grupa Azoty poradziła sobie z koronawirusem? Przeczytaj więcej na [ten temat!](#)

Czego dotyczą zmiany w Grupie Azoty?

Zmiany > Czego dotyczą zmiany w Grupie Azoty?

systemu komunikacji wizualnej marek nawozów rolniczych. Polscy rolnicy mogą spodziewać się zmian w wyglądzie opakowań dobrze im znanych nawozów. Produkty nawozowe w ujednoczonych opakowaniach to dobry krok w stronę zdecydowanego podkreślenia dominującej pozycji rynkowej. Jednak to nie wszystko, ponieważ nowy system komunikacji dla segmentu Agro Grupy Azoty nawiązuje do wyzwań jakie stawia przed rolnictwem Europejski Zielony Ład. Za pomocą rebrandingu polski gigant przemysłu chemicznego chce więc pokazać jak ważne jest odpowiednie wykorzystanie dostępnych zasobów naturalnych.

- My dotychczas tak jak większość producentów podchodziliśmy do tematu w taki sposób, że mamy dobry produkt, trzeba go sprzedać i zapewnić odpowiedni serwis. To było naszą pewnego rodzaju misją, którą wypełnialiśmy. Dzisiaj to podejście musi być trochę inne. Musimy spojrzeć na pewne wartości, które szczególnie w Unii Europejskiej są bardzo ważne. Podejście do zmian klimatycznych, zachowania zasobów naturalnych, ziemi, wody wymusiło na nas trochę inny sposób komunikacji – tłumaczy Piotr Zarosiński, Dyrektor Departamentu Korporacyjnego Handlu Segmentu Agro, Grupa Azoty S.A.

Wartości rolnicze na pierwszy plan



Na zdjęciu Sławomir Zając, Dyrektor Biura Marketingu Segmentu Agro

fot. Daniel Biernat

Woda, gleba, pola i plon. Zdaniem polskiego lidera rynku nawozowego właśnie te cztery elementy budują ujednoczony krajobraz rolny, który pojawi się w komunikacji Grupy Azoty. Produkty nawozowe Grupy Azoty będą w najbliższym czasie sprzedawane w nowych, przejrzystszych i ujednoczonych

opakowaniach. Te zmiany w Grupie Azoty powinny przypaść rolnikom do gustu. Wyodrębnione zostały cztery grupy produktowe:

- nawozy azotowe – kolor niebieski czyli WODA, jeden z najcenniejszych zasobów naturalnych Ziemi. W skład tej grupy wejdą m.in.: Zaksan, Pulan, Salmag.
- nawozy dwuskładnikowe – kolor brunatny czyli GLEBA, ukazująca zmiany klimatu i działalność człowieka. Do tej grupy zaliczają się m.in. Holist, Polidap.
- nawozy wieloskładnikowe – kolor zielony czyli POLA symbolizujące metody uprawy jakie powinno się dostosować do panujących na polu warunków – m.in. Polifoska 6 jak również Amofoska 4-12-12.
- nawozy azotowe z siarką – kolor żółty czyli PLON – Saletrosan 26, Saletrosan 30 a także Polifoska 21.

– Odwołujemy się do wartości, które zmieniają Unię Europejską w ramach Zielonego Ładu. Musimy być coraz bardziej odpowiedzialni za środowisko, jak również za produkcję rolną, która jest elementem tego środowiska. Patrząc na system wartości jakiemu hołdują rolnicy i konsumenci zwróciliśmy uwagę, że te cztery elementy – woda, gleba, pola, plon tworzą wspólny krajobraz z Zielonym Ładem. W związku z tym ta komunikacja do tych czterech wartości się odwołuje – tłumaczy Sławomir Zając, Dyrektor Biura Marketingu Segmentu Agro.

Lider rynku nawozowego

Grupa Azoty jest zdecydowanym liderem w Polsce. Ponadto jedną z kluczowych grup kapitałowych branży nawozowo-chemicznej w Europie. Zajmuje drugą pozycję w Unii Europejskiej w produkcji nawozów azotowych i wieloskładnikowych.

artykuł na reportaż z konferencji – Grupa Azoty wdraża nowy system komunikacji dla segmentu Agro. „Dobre zmiany w Grupie Azoty” – Magdalena Kowalczyk i Daniel Biernat (agroFakt)

Czy artykuł był przydatny?

Kliknij na gwiazdkę, by zagłosować

-
-
-
-
-

Submit Rating

Ocena 5 / 5. Liczba głosów 1

Na razie brak głosów. Możesz być pierwszy!

```
{ "@context": "http://schema.org", "@type": "CreativeWorkSeries", "aggregateRating": { "@type": "AggregateRating", "bestRating": "5", "ratingCount": "1", "ratingValue": "5" }, "image": "https://www.agrofakt.pl/wp-content/uploads/2020/09/informacje-rolnicze-wyrozniajace-grupa-azoty-informacje-rolnicze.jpg", "name": "Dobre zmiany w Grupie Azoty – Wartości rolnicze na pierwszy plan", "description": "Dobre zmiany w Grupie Azoty – Wartości rolnicze na pierwszy plan" }
```