Nuovo sito web e corporate image per Univers

Univers, storico gruppo attivo nel settore viaggi, incentive ed eventi, rinnova la sua immagine con il restyling del logo e con la messa on-line di un nuovo sito web (www.gruppounivers.it) che rispecchia, attraverso un appeal contemporaneo, i valori e la mission della società.
Il 2018 segna per l'azienda romana un modo nuovo di mostrarsi ai propri clienti presentando "un universo di possibilità" per il mercato B2B. È il richiamo al cosmo che accompagna la navigazione del sito e che, con la sua immensità, allude al panorama di servizi offerti attraverso un immaginario di galassie, pianeti e stelle. Univers definisce così la propria mission: "L'universo è infinito, per sua stessa definizione. Pensare in termini di infinito è esaltante ed è esattamente lo spirito con cui affrontiamo ogni giorno il nostro lavoro: senza porre limiti, se non quelli logistici indispensabili perché i nostri clienti possano andare molto lontano velocemente, ma in tutta sicurezza".
Un grande cambiamento per la società che dal 1962, anno della sua nascita, non modificava il proprio brand se non per adeguarlo ai nuovi strumenti di comunicazione e che rispecchia la crescita da agenzia di viaggi a struttura multidisciplinare aperta e dinamica con cinque dipartimenti operativi: Incentive, Events, Incoming, Engagement ed Education. L'azienda di oggi progetta e organizza eventi, congressi, convention, viaggi incentive e team building e disegna e realizza progetti di engagement e percorsi formativi grazie alla creatività del suo staff combinata all'esperienza logistica e sostenuta da una comunicazione che tiene conto di tutte le nuove tecnologie.
Stefano Fiori, Direttore Generale di Univers, dichiara: «La nuova immagine riflette la nostra storia, senza dimenticare la forza e l'importanza che per noi ha la proiezione verso il futuro. I clienti apprezzano la nostra solidità ed esperienza tanto più perché le vedono combinate a una naturale inclinazione all'esplorazione di nuove idee, di progetti innovativi, di canali e strumenti sempre più dinamici. L'attitudine al problem solving e all'ottimismo chiudono il cerchio del nostro stile di lavoro e del nostro rapporto con il cliente».
Anche il restyling del logo segue questa linea di pensiero: non è stato stravolto, ma le sue linee grafiche sono state riprese, ridisegnate e riproposte a partire da quelle del logo storico imprimendo maggiore dinamismo. Un autentico "lancio" in avanti.