

CORTEXA LANCIA LA CAMPAGNA “PROTEGGI CIÒ CHE AMI”



PROTEGGI CIÒ CHE AMI

SISTEMA A CAPPOTTO, UN GESTO D'AMORE PER GARANTIRGLI UN AMBIENTE PIÙ SANO

• Nel nuovo concept, il Sistema a Cappotto, simboleggiato da una foglia che ne evoca il forte contributo in termini di rispetto dell'ambiente, avvolge e protegge - in un gesto d'amore - ciò a cui più teniamo: la casa, gli affetti, la famiglia, le passioni.

• La campagna, ideata dall'agenzia Origgì Consulting, nasce per sottolineare i numerosi benefici - oltre il già noto risparmio energetico - che il Sistema a Cappotto è in grado di garantire nel breve e lungo periodo, purché venga scelto, progettato e posato correttamente, secondo i requisiti Cortexa.

• La campagna si pone inoltre l'obiettivo di sensibilizzare la filiera delle riqualificazioni energetiche in edilizia - e in particolare i privati - a orientarsi solo su interventi di qualità rigorosa, anche e soprattutto in un periodo caratterizzato da una opportunità senza precedenti data dall'Ecobonus 110%.

Quando il tema dell'efficienza energetica in edilizia è approdato con forza dall'Europa in Italia, alla fine degli anni '90 dello scorso secolo, e il Sistema a Cappotto ha iniziato ad interessare un pubblico più vasto, la discussione ruotava principalmente attorno ad aspetti tecnici e alla capacità del Cappotto di consentire un notevole risparmio energetico. Anche Cortexa, agli albori della sua attività, destinava gran parte delle proprie risorse per raggiungere, informare e formare soprattutto i progettisti, divulgando conoscenze tecniche relative alla corretta progettazione e posa del Sistema, attività che continua tutt'oggi ma che si è arricchita con un portafoglio più ampio di temi e obiettivi.

Da allora la situazione è profondamente cambiata, le conoscenze si sono estese lungo tutta la filiera fino al consumatore finale e benessere e salubrità - non più solo risparmio energetico - possono essere considerati oggi temi centrali, quando parliamo di edilizia residenziale.

Cortexa, con l'adozione di una nuova strategia di marketing nel 2019, aveva già recepito fortemente questo cambiamento, sviluppando strumenti e contenuti specifici non più solo per il progettista, ma anche per le imprese e, soprattutto, per i privati, con l'obiettivo di metterli in condizione di compiere scelte informate relativamente alla

qualità dei materiali e degli interventi per la costruzione e ristrutturazione della loro casa.

“Mentre le nostre attività dedicate a professionisti e imprese continuano a pieno ritmo, attraverso l'approccio tecnico che contraddistingue Cortexa, la campagna “Proteggi ciò che ami” vuole, con un messaggio volutamente emozionale, toccare la sensibilità di una platea più ampia: vogliamo far sì che il bisogno che questi esprimono per delle abitazioni più salubri, sostenibili e confortevoli possa incontrare la sua risposta naturale, ossia l'efficientamento dell'involucro edilizio secondo rigorosi criteri di qualità, un passaggio imprescindibile”. Afferma **Andris Pavan, Presidente di Cortexa**. “Da qui nasce il brief passato alla nostra agenzia di comunicazione **Origgì Consulting**: sviluppare un concept di comunicazione che potesse trasmettere in maniera empatica, e non più solo tecnica, l'intero ventaglio di benefici che il Sistema a Cappotto di qualità può garantire. Dalla salubrità al comfort, dalla protezione acustica al benessere, dal risparmio energetico al valore dell'immobile che aumenta e si preserva nel tempo. Il cappotto non è solo un modo per risparmiare nelle bollette energetiche, ma un gesto d'amore per proteggere la casa, la salute, gli affetti e gli investimenti. Siamo molto orgogliosi del risultato raggiunto e di questo nuovo concetto nella nostra comunicazione, ideale per trattare di un tema così importante come quello della casa”. Conclude Pavan.

I messaggi del concept “Proteggi ciò che ami” troveranno un'ampia diffusione nei canali digitali e social e saranno spinti mediante attività di advertising online e offline, anche in collaborazione con i soci Cortexa, 24 brand primari, che la diffonderanno mediante le proprie piattaforme.

L'importanza della campagna “Proteggi ciò che ami” ai tempi del Superbonus 110%

Cortexa sostiene l'iniziativa del Governo del Superbonus 110% e ne apprezza in particolare l'attenzione ai temi della qualità: dal miglioramento di classe energetica, che deve essere dimostrato, alla richiesta di applicare solo materiali isolanti che rispettino i Criteri Ambientali Minimi (CAM). L'esistenza di Cortexa, infatti, è strettamente legata alla necessità di definire degli elevati standard di qualità negli interventi di riqualificazione energetica, legati alla scelta dei Sistemi a Cappotto e alla loro progettazione e posa.

Missione che oggi più che mai Cortexa sente propria, in un periodo in cui, nella percezione diffusa, la discussione sul Superbonus 110% rischia di spostare troppo l'attenzione sul “fare i lavori gratis” e non sul “fare i lavori bene”. Considerato che un sostegno così importante mette teoricamente tutti in condizioni di potere accedere alle migliori soluzioni, almeno dal punto di vista economico, Cortexa lavora a pieno ritmo per rispondere alle centinaia di richieste che pervengono da privati, progettisti e imprese che desiderano individuare sistemi, progettisti e posatori preparati.

La campagna “Proteggi ciò che ami” si pone l'obiettivo di aumentare ulteriormente la visibilità di Cortexa verso target diversi, uniti dalla necessità di avere le informazioni e gli strumenti necessari a tutelare i propri interessi e investimenti in riqualificazione energetica.

Maggiori informazioni sul sito di CORTEXA

<https://www.cortexa.it>