

Estrenem nova imatge: què s'amaga darrere de la nostra identitat

Després de deu anys amb la mateixa imatge, PAPIK Group renova la seva identitat corporativa. Per fidelitat a un valor que fem bandera, la transparència, expliquem els conceptes que hi ha darrere del canvi.

A PAPIK Group treballem de forma constant per estar al dia de les novetats constructives, ja siguin noves tècniques, nous materials o noves aplicacions, amb un únic objectiu: construir les cases del futur. Aquesta mateixa inquietud també guia la manera com ens comuniquem. Per això, després de mesos de feina, presentem una nova imatge corporativa que trenca amb l'anterior sense renunciar a la seva essència. La decisió respon als canvis que l'empresa ha viscut durant l'última dècada.

Sovint, davant d'una marca o d'un logotip, la valoració es limita al fet que agradi més o menys. En aquest cas volem anar un pas més enllà i compartir els conceptes que sostenen la nostra identitat gràfica. La transparència forma part de la manera com entenem la feina, i estendre-la també a un exercici com aquest ens sembla natural.

Deu anys sota la imatge d'un esquimal

La imatge que ens ha representat durant deu anys incloïa, sobre el nom, una il·lustració que no tothom sabia interpretar: un esquimal remant en una canoa. La referència no era gratuïta. Papik és un nom propi d'origen inuit i era el nom original del fundador de l'empresa.

Més enllà d'aquesta coincidència, la tria tenia una lògica constructiva. Els habitants de l'Àrtic aconsegueixen confort i caliu en un clima tan extrem com el polar. Aquest era, precisament, el nostre repte: aixecar cases tan ben aïllades que el confort interior no es veiés alterat pel clima exterior, ni davant de les onades de fred a l'hivern ni davant de les de calor a l'estiu. La cultura inuit, capaç de viure en condicions límit, és un exemple que ens va captivar i que continua acompanyant-nos en la nova imatge.

De les "Cases Passives" a un nou paradigma

Sota el nom hi havia una descripció clara del que fèiem: cases passives. Avui pot semblar evident, però fa deu anys gairebé ningú sabia què era una casa passiva. La divulgació era necessària, i per això el concepte formava part de la mateixa marca.

Deu anys són molts i el món canvia a gran velocitat. El canvi climàtic ha instal·lat un paradigma d'emergència climàtica del qual el sector de la construcció no queda al marge. Els nous materials, els nous procediments i les actualitzacions de la legislació han portat el sector fins al punt on nosaltres érem fa una dècada. Tant la indústria com la societat han pres consciència de la importància i els beneficis de construir cases passives. L'alta eficiència energètica ja ha arribat per quedar-se, i per això cal introduir el valor de conceptes nous, tan importants o més: construir de forma sostenible i natural.

Construir de forma sostenible i natural

Convé precisar què vol dir construir una casa sostenible de forma natural. Més enllà de la definició que en fa l'ONU, ens sentim còmodes amb les reflexions que planteja Andreu Escrivà al seu llibre **Contra la sostenibilitat**, que van molt més enllà de la sostenibilitat estrictament verda. És una mirada holística, que abasta tots els àmbits de la societat.

Aquesta aproximació es tradueix en entorns confortables, construïts amb una eficiència energètica molt alta que aporta valor no només als nostres clients, sinó també a l'entorn immediat i al medi ambient en general. Procurem, a més, que el procés sigui una experiència de confort per als treballadors i que redueixi residus i emissions. Ho fem de manera sistemàtica, sense afectació, amb la nostra manera habitual de treballar i amb materials que arriben a les nostres mans en el seu estat natural. Naturalment.

L'herència inuit en el nou logotip

Arribats aquí, potser queda una pregunta oberta: on és la inspiració inuit en la nova imatge? Hi és, tot i que de manera subtil, i en part aquesta discreció és la seva virtut. Les lletres del nou logotip s'inspiren en l'alfabet inuit, i la combinació d'alguns d'aquests símbols configura bona part de la marca. La referència no es limita al logotip: també és present en la resta de les nostres comunicacions.

Dediquem molt esforç a oferir un producte de qualitat, i la mateixa exigència guia decisions com l'actualització de la identitat gràfica. Aquest esperit és el que reconeixereu en cada projecte, també quan abordem una rehabilitació energètica.

Una marca no explica el que una empresa diu ser, sinó el que fa cada dia. La nostra vol dir alta eficiència, sostenibilitat holística i una herència que continua remant.