juin 2021

Rubi

Une identité visuelle modernisée pour ses 70 ans

Le groupe Germans Boada, spécialiste des outils pour carreleurs, célèbre cette année son soixante-dixième anniversaire. Fondée en 1951 par les frères Boada, à qui l'on doit l'invention du coupe-carreau manuel, et aujourd'hui clairement identifiée au travers de sa marque Rubi – le lieu de création de la société et nom du premier coupe-carreau manuel mis sur le marché – l'entreprise propose une très large gamme qui couvre toutes les étapes du carrelage, à savoir la préparation, la coupe et le perçage, le collage, le jointoiement et le nettoyage. Cette offre, qui comprend plus d'un millier de références, évolue régulièrement pour s'adapter aux nouvelles tendances de la décoration et de l'aménagement et 60% des produits qui figurent au catalogue 2021 de la marque ont ainsi été développés au cours des cinq dernières années par les équipes R&D du fabricant.

Saisissant l'occasion de cet anniversaire, Rubi a décidé de renforcer sa stratégie commerciale afin de rendre la marque encore plus facilement identifiable au niveau international. Pour ce faire, une nouvelle identité visuelle a été adoptée, un rebranding qui s'applique à tous les outils de communication. Parallèlement, l'entreprise réaffirme sa proximité avec l'utilisateur final, en restant plus que jamais à l'écoute des besoins des carreleurs et des professionnels du bâtiment.

Rubi, groupe international

• 600 collaborateurs

• 11 filiales (7 en Europe, 3 en Amérique du Nord, 1 en Asie)

• Présence dans plus de 120 pays

• 120 000 m^2 d'installations

• 3 centres de production