

A strategic brand launch supporting customers through complex technical, regulatory, and sustainability challenges

With the global rollout of the Elara additive series, hubergroup Chemicals chose to look beyond a simple portfolio expansion and build a future-proof platform from the ground up.

"A strategic brand launch goes far beyond just releasing new products – it creates a long-term direction, a clear story, and an identity that customers can truly connect with", says Franziska Trapp, Technical Marketing Manager Coatings.

Franziska takes the readers behind the scenes of the Elara journey, sharing the unique rewards, hidden hurdles, and strategic decisions behind a major brand launch. From the initial laboratory testing to complex regulatory assessments, application trials, and cross-functional coordination, this project highlights what it means to shape chemistry responsibly.

"To succeed today, modern product concepts must seamlessly combine technical performance, sustainability and regulatory readiness – a mindset that shaped Elara from day one".

Which part of the launch of Elara excited you the most?

"The most rewarding part was seeing a laboratory vision evolve into a market-ready product line. Uniting technical expertise, market insight, and branding gave Elara a strong, future-oriented identity".

What was the biggest 'invisible' challenge that you had to overcome in the run-up to the launch?

"Aligning technical, regulatory, and commercial demands simultaneously was our biggest hurdle. It required immense behind-the-scenes preparation to perfectly balance high performance with future-proof regulatory readiness".

How did evolving frameworks and trends shape the additives portfolio from the very beginning?

"Designed with the future in mind, Elara focuses on ecolabel compliance, PFAS-free formulations, and low-VOC systems.

It perfectly combines top-tier technical performance with the compliance, transparency, and long-term reliability formulators expect today".

How did you come up with the name?

"Inspired by Jupiter's moons, Elara brings our claim to life: 'Shaping chemistry. Expanding horizons'. The brand stands for innovation, adaptability, and partnership, supporting customers through complex technical, regulatory, and sustainability challenges".



Il lancio strategico di un brand che supporta la clientela nelle sfide complesse della tecnica, della legislazione e della sostenibilità

Con il lancio internazionale della serie di additivi Elara, hubergroup Chemicals ha scelto di andare oltre la semplice espansione del portafoglio realizzando una piattaforma del futuro dalla base. "Un lancio strategico del brand non consiste soltanto nel lancio di nuovi prodotti ma anche nel creare un percorso a lungo termine, una vera e propria storia e un'identità a cui la clientela può connettersi veramente", ha affermato Franziska Trapp, Technical Marketing Manager Coatings. Franziska ci parla dello sviluppo degli additivi Elara, condividendone i vantaggi, gli ostacoli nascosti e le decisioni strategiche che governano il lancio di un brand. Dai test di laboratorio iniziali alle complesse valutazioni legislative, alle prove applicative e al coordinamento trasversale, questo progetto mette in luce il significato di una riscoperta responsabile dei processi chimici.

"Per avere successo oggi, le moderne tecnologie dei prodotti devono unire responsa-

bilmente la prestazione tecnica, la sostenibilità e la conformità alla legislazione, una impostazione mentale che ha modellato Elara dal primo giorno".

Quale aspetto del lancio di Elara ha più stimolato il vostro interesse?

"La parte più soddisfacente è consistita nel comprendere la visione del laboratorio che si è concretizzata in una linea di prodotti pronti per essere lanciati sul mercato. Unire l'esperienza tecnica, la visione del mercato e il lancio del marchio ha dato ad Elara un'identità orientata al futuro".

Quale è stata la sfida 'invisibile' maggiore che avete dovuto vincere nel percorso del lancio?

"Il più grande ostacolo è stato allineare simultaneamente le richieste tecniche legislative e commerciali, che ha imposto una notevole preparazione dietro le quinte per bilanciare

l'alta prestazione e la conformità legislativa per il futuro".

Dall'inizio, come è stato influenzato il portafoglio degli additivi dagli schemi e dalle tendenze in costante evoluzione?

"Progettata tenendo conto delle esigenze del futuro, Elara si concentra sulla conformità a ecolabel, sulle formulazioni esenti da PFAS e sui sistemi a basse emissioni VOC. Il progetto unisce una prestazione tecnica di livello superiore alla conformità, alla trasparenza e all'affidabilità a lungo termine a cui mirano i formulatori del presente".

Come avete deciso il nome?

"Ispirandoci alle lune di Giove, Elara dà risposta alla nostra richiesta. 'Plasmare la chimica per ampliare i propri orizzonti'. Il brand rappresenta l'innovazione, l'adattabilità e la partnership supportando la clientela nelle difficili sfide della tecnica, delle leggi e della sostenibilità".