

Stockholm 2012-09-11

Scandics varumärkesresa vinner pris i global varumärkestävling

Scandic har arbetat intensivt med att förändra bilden av Nordens ledande hotellkedja det senaste året. Tillsammans med reklambyrån Honesty har ett lyckat varumärkesarbete genomförts som uppskattas av såväl gäster som medarbetare. Ett bevis på den lyckade satsningen är att Scandic nu prisas som en av vinnarna i den ansedda, internationella varumärkestävlingen *Rebrand 100 Global Awards 2013*. Bland vinnarna märks också andra omtyckta konsumentvarumärken som Starbucks, Kelloggs och Wrigley.

Scandic är inne i en expansiv och spännande fas där den nya varumärkesplattformen med värdeorden Casual, Caring och Creative implementeras i hotellkedjans alla delar. Under 2012 har Scandic vuxit med nya hotell och samtidigt inlett en av Nordens mest omfattande hotell-satsningar genom tiderna där 40 äldre hotell, varav 21 vägshotell, får en fullständig omgörning och här märks förändringen extra tydligt. Nu prisas Scandic som en av vinnarna i varumärkestävlingen *Rebrand 100 Global Awards*. Tävlingen är unik då den bedömer ompositioneringar av varumärken utifrån en mängd olika kriterier. Scandics varumärkesresa belönades i kategorin "Distinction".

- För oss är utmärkelsen en bekräftelse att vi absolut är på rätt spår, säger Marie-Therese Helmertz, Marketing Manager Brand and Communication på Scandic. Både våra gäster och våra 7 000 medarbetare gillar vår nya kommunikation med den nya grafiska profilen och tonaliteten som personifierar våra värdeord Casual, Caring och Creative. Priset är också ett stort internationellt erkännande för reklambyrån Honesty som gjort hela det kreativa arbetet och den nya varumärkesplattformen.

För mer information kontakta:

Marie- Therese Helmertz, Marketing Manager Brand & Communications Scandic, 070-973 50 17
Anna-Klara Lindholm, PR Manager Scandic, 0709-73 52 31