De la Scandia la Scandia Food: o noua identitate pentru o companie de traditie pe piata din Romania

BUCURESTI - 19 octombrie 2010 ora 17:32
Comunicat tip General in Afaceri

Scandia a demonstrat ca este un nume de incredere si ca evolueaza continuu, inca de la infiintarea sa in anul 1922. Acum, renumele companiei este dus mai departe de un nou set de valori, sustinute de inovatie si de viziunea de a transforma SCANDIA FOOD in cea mai mare companie de produse alimentare din Romania si un reputat lider in nutritie si stil de viata echilibrat.

Noua platforma completa – misiune, viziune, valori si identitate vizuala, a fost dezvoltata impreuna cu Seed Consultants – partener exclusiv Landor in Romania – si a reprezentat unul dintre cele mai complexe procese de rebranding pentru o companie romaneasca, demarat in decembrie 2009. Punctul de pornire a fost reprezentat de realizarea unui audit complet al brandului de companie ce a dezvaluit imaginea actuala a brandului Scandia reflectata atat de mediul intern cat si de mediul extern. Procesul a continuat cu identificarea oportunitatilor Scandia de a se dezvolta pe piata produselor alimentare, materializandu-se apoi in noua viziune a companiei si noua identitate vizuala Scandia Food: un corn al abundentei intr-o nota moderna, o reprezentare a diversitatii in care pastrarea traditiei de a face mancare buna si savuroasa este la baza alimentatiei echilibrate necesara stilului de viata dinamic. Scandia Food nu este numai o platforma de comunicare externa, este un efort de a duce mai departe experienta unica a unei companii de traditie, un efort care reprezinta alinierea echipei Scandia Food in gasirea retetelor inovative si a strategiei de sustinere a misiunii, viziunii si valorilor companiei. “Rebrandingul Scandia Food a fost creat in urma unei colaborari foarte stranse cu echipa de management, ceea ce a ajutat la definirea platformei de brand in linie cu obiectivele de business pe termen mediu si lung. Esenta brand-ului Scandia Food este “Viata plina de savoare” si vorbeste despre optimism, buna dispozitie si bucuria de a impartasi experiente placute, fiind sustinuta de o continua dezvoltare a portofoliului de produse aliniate ritmului actual de viata”, declara Dochita Zenoveiov, Managing Director Seed Consultants.Experienţa, competenţa, grija, pasiunea, inovaţia, atentia pentru lucrul bine facut, sunt valorile care au ajutat Scandia Food sa evolueze si sa se reinventeze

totodata, conturand si viziunea companiei: transformarea in cea mai mare companie romaneasca de produse alimentare la nivel national si intr-un reputat lider in nutritie si stil de viata echilibrat.

Despre Creative Brand Communication

“Scandia Food este o companie cu o traditie extraordinara care s-a dezvoltat continuu, venind acum, ca urmare a unui complex proces de rebranding, cu o noua filosofie pe care o vom materializa in toate actiunile noastre viitoare. Misiunea noastra este sa continuam traditia de a oferi mancare gustoasa si hranitoare. Ne dorim sa fim alaturi de consumatorii nostri zi de zi, prin produse inovatoare care sa le aduca echilibrul necesar stilului de viata dinamic. Speram ca aceasta schimbare va fi primita de consumatorii nostri cu increderea ca Scandia Food este compania care le intelege cel mai bine nevoia de a avea pe masa o mancare savuroasa, facuta cu grija, din cele mai bune ingrediente, in care modernitatea si traditia sunt parte a unei singure povesti. Aceasta lansare este, in fapt, promisiunea pe care o facem angajatilor, consumatorilor si clientilor nostri, ca vom sustine cresterea Scandia Food in cea mai mare companie romaneasca de produse alimentare”, declara Robert Redeleanu, director general al Scandia Food. Alina Andronache, Creative Brand Communication, tel: 0735.785.212, e-mail: alina@creativecom.ro

CREATIVE BRAND COMMUNICATION