



DIDRIKSONS UPPDATERAR SIN LOGOTYP

Jackvarumärket Didriksons, med rötter i bohuslänska Grundsund, uppdaterar sin logotyp för att stärka identiteten som ett av de främsta svenska varumärkena inom kategorin jackor.

Den nya loggan, som har formen av varumärkets initialbokstav, är inspirerad av varumärkets hjälte: jackan. Genom att markera vinklar från jackans profil formas ett D. Symbolen pekar framåt likt en pil och uttrycker Didriksons innovationsförmåga och ambition att ständigt utvecklas. Symbolen är indelad i tre delar, där varje del står för ett av Didriksons tre värdeord; hantverk, innovation och ansvar.

Redan under våren 2021 har man kunnat skymta den nya symbolen på ett antal utvalda artiklar och till hösten kommer den att pryda samtliga plagg i kollektionen.

- Genom uppdateringen av vår logotyp och ytterligare varumärkesarbete, som kommer att presenteras under året, tar vi ännu ett steg mot att positionera oss som "The Swedish Jacket Brand", säger Fredrik Öhlund, CMO på Didriksons.

Uppdateringen är en del i arbetet att förtydliga varumärkets visuella uttryck. Loggan är en av flera viktiga beståndsdelar i den nya varumärkesplattformen som Didriksons har tagit fram i samarbete med kommunikationsbyrån The Bond. Didriksons nya logga kommer att synas i varumärkets olika fysiska och digitala kanaler med start den 10 maj i år.

KONTAKT

didriksons.com

Emma Bylund, presskontakt
emma.bylund@didriksons.com

Didriksons grundades 1913 av Julius och Hanna Didrikson med visionen att hålla fiskare torra och varma. Över ett sekel senare är bolaget ett av Skandinavien's ledande varumärken inom jackor och tillverkar idag plagg för hela familjen. Didriksons omsätter cirka 500 miljoner kronor, och säljs i 22 länder med en tredjedel av försäljningen online. Bolaget ägs av Adelis Equity och har huvudkontor i textilstaden Borås.