COMUNICADO/

Maia, 22 Junho de 2011

Identidade corporativa da Sonae recebe principal prémio do festival de Cannes na categoria de Design

SONAE VENCE "LEÃO DE OURO" EM CANNES

A nova imagem corporativa da Sonae foi distinguida com o Leão de Ouro no Festival Internacional de Criatividade de Cannes. É o prémio mais prestigiado e ambicionado no sector e a Sonae é a primeira empresa portuguesa a receber a distinção.

A distinção reconhece a criatividade e inovação da marca Sonae, que concorria na categoria de "Design – Consumer Services". A lista de finalistas incluía também os projectos relacionados com a nova imagem da empresa de estudos de mercado Kantar (Reino Unido), do Festival de Media e Arte de Berlim (Alemanha) e da empresa de fotografia Fiocca Studio (Canadá).

Catarina de Oliveira Fernandes, Directora de Comunicação, Marca e Responsabilidade Corporativa da Sonae afirma que "este prémio é o reconhecimento do trabalho desenvolvido na criação de uma marca inovadora, dinâmica, criativa e mutável, no qual contámos com a colaboração da Ivity".

E acrescenta: "A criação da nova identidade corporativa foi um grande desafio, pois não se tratava apenas de mudar a imagem, mas também de traduzir uma nova organização e de garantir a flexibilidade que uma empresa dinâmica como a Sonae necessita. E esse objectivo foi alcançado".

SONAE
IMPROVING LIFE

A identidade corporativa da Sonae foi desenvolvida pela Ivity Brand Corp e apresentada em Fevereiro de 2010 depois de mais de um ano de reflexão que envolveu a participação activa de pessoas internas e externas.

O trabalho realizado está hoje visível em todos os suportes de visibilidade da marca. A alteração foi feita no interior dos edifícios e em todos os suportes comunicacionais, como site, economato e sinalética diversa. Foi também desenvolvida uma campanha interna de divulgação da nova imagem e atributos da marca, para envolver e partilhar a nova marca com os cerca de 40 mil colaboradores espalhados pelo mundo.

SONAE

Sobre a Sonae

A Sonae é uma empresa de Retalho, com duas grandes parcerias nas áreas de Telecomunicações, Media e Informação e Sistemas de Informação (Sonaecom) e Centros Comerciais (Sonae Sierra). No final de 2010, a Sonae empregava 43.268 colaboradores (é o maior empregador privado português). Em 2010 atingiu um volume de negócios de cerca de 5,8 mil milhões de euros. A empresa tem como objectivos estratégicos ganhar dimensão internacional nos negócios em que opera, diversificar os estilos de investimento e potenciar a base de activos em Portugal, explorando novas oportunidades de negócio como forma de criar opções de investimento futuro.

Para mais informações contacte

RITA BARROCAS
External Communication Manager / Sonae
T. +351 22 010 4745 // M. +351 93 5012118 // E. rfbarrocas@sonae.pt

DIOGO SIMÃO
Director / BAN Corporate & Media Relations
M. +351 93 652 86 39 // E. ds@ban.pt

www.sonae.pt

A campanha envolveu a disponibilização de informação em todos os pontos de venda, centros comerciais e escritórios centrais da Sonae, numa operação de grande envolvência. Decorações de zonas sociais, entradas de edifícios, parques de estacionamento, para além da criação de uma plataforma online de apresentação da nova marca foram alguns dos meios utilizados.

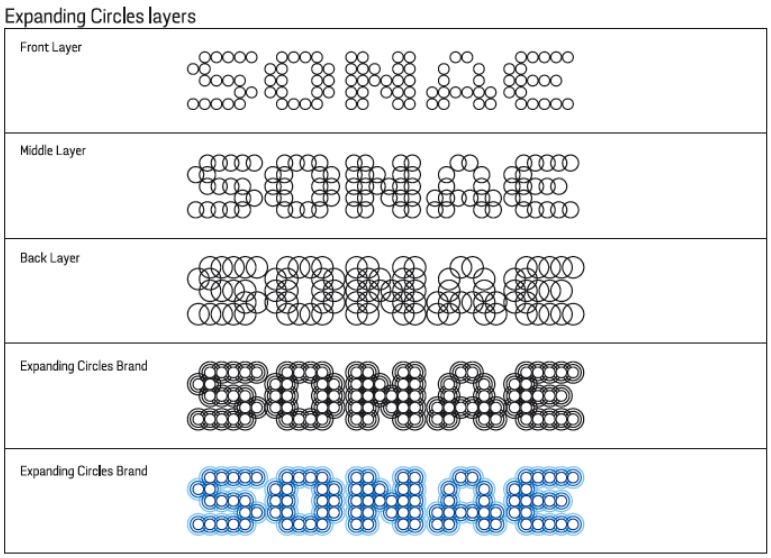
O DESAFIO DA MUDANÇA E DA INOVAÇÃO

A decisão de evoluir para uma nova identidade corporativa decorreu de um conjunto diverso de factores desde a reorganização estratégica da empresa, ao objectivo de conseguir uma eficaz gestão de marca e, não menos importante, ter uma marca que acompanhasse a evolução dos tempos, isto após um ano em que a Sonae completou 50 anos.

Esta evolução tinha algumas condicionantes. Por um lado, pretendia-se evoluir com respeito pelo património conceptual da marca e da sua simbologia; por outro lado, dever-se-iam potenciar os atributos mais fortes, acrescentar novos e manter a tradição vanguardista da empresa e das suas marcas. Por último, deveria ser uma solução que traduzisse a imensa diversidade dos negócios, de aplicações e até de suportes tecnologicamente mais avançados.

O CÍRCULO SEMPRE PRESENTE NA HISTÓRIA

O círculo foi o ponto de partida para a criação da nova imagem. Na realidade, desde 1959, que este elemento está presente nas várias identidades corporativas que a empresa adoptou, sempre associado a conceitos de união, de sinergia, de crescimento e dinamismo. A utilização dos círculos em expansão na nova marca demonstra um sistema dinâmico, mutável, sinérgico e em constante movimento.



Cada letra é constituída por três níveis de círculos que quando sobrepostos criam uma muito vasta possibilidade de combinações a partir da variação cromática, de opacidade, de espessura entre outras variáveis.

Para este feito foi desenvolvida uma ferramenta específica – um gerador de marca. Trata-se de uma ferramenta informática, que permite de uma forma muito simples e intuitiva criar as expressões variadas da marca Sonae. Por tudo isto, podemos afirmar que mais do que uma marca é um sistema dinâmico, mutável e inovador.

Catarina de Oliveira Fernandes, Directora de Comunicação, Marca e Responsabilidade Corporativa conclui: "A inovação introduzida pela marca Sonae criou um novo paradigma em Portugal, mas também a nível internacional. As marcas devem ser hoje flexíveis e adaptáveis, respondendo à evolução das empresas e da Sociedade."