

BVD gör identiteten till Apotek Hjärtat

Altor Equity Partners var en av de budgivare som gick vinnande ur striden om att få köpa ett av de rikstäckande apoteksklustren i statens utförsäljning. Totalt 208 apotek ingår i köpet och Apotek Hjärtat blir därmed den största oberoende apoteksaktören i Sverige.

Namnet på apotekskedjan blir alltså Apotek Hjärtat och det är design- och varumärkesbyrån BVD som tar fram varumärkets identitet. BVD fick uppdraget efter ett parallelluppluppdrag i konkurrens med två andra byråer.

De första av de drygt 200 apoteken skall gå över i Apotek Hjärtats regi redan i januari 2010, och under det följande året skall även 25 nyetableringar göras.

"Det är ju en historisk händelse som det känns väldigt roligt att få vara delaktig i" säger BVD's VD Mattias Börjesson. "Det är spännande att få vara med och skapa ett varumärke för en privat apoteksaktör för första gången i Sverige. Den enda referensen som finns är ju gamla apoteket, och hur man ska förhålla sig till det är en intressant frågeställning. Dessutom är det ett väldigt omfattande uppdrag."

” Vår målsättning var att skapa en logotyp som kunde vinna svenska folkets hjärtan. Den största utmaningen var att hitta balansen mellan kunskap och trovärdighet å ena sidan, och värme och service å den andra. Den stoppljusgröna färgen är en tydlig signal som blir lätt att se och identifiera. Den är inspirerad av den traditionella gröna kodningen som apotek har över hela Europa. Samtidigt bär den också på en mängd positiva associationer som är relevanta för ett apotek, såsom liv, tillväxt och hälsa. Den ikoniska hjärtsymbolen blir unik genom öppningen i mitten, som skapar en känsla av öppenhet och välkomnande.”

Susanna Nygren Barrett, Creative Director, BVD.

Beställare: Apotek Hjärtat
Marknadsdirektör Claes von Hauswolff,
0708-309622
www.apotekhjartat.se

För högupplösta bilder kontakta bengt@bvd.se,
08-660 00 57.

APOTEK