**TIKKURILA UUDISTAA YRITYSILMEENSÄ JA PAKKAUKSENSA**

Tikkurila Oyj on uudistanut logonsa, maalipakkauksensa ja koko yritysilmeensä. Logoa on modernisoitu hienovaraisesti, ja Tikkurilan toiminnan ja tuotteiden laatua jo vuosikymmenten ajan symboloinut kruunu säilyy edelleen hallitsevana visuaalisena elementtinä. Myös yhtiön tunnusvärinä jo vuosikymmenten ajan toiminut kirkas punainen säilyy edelleen yritysilmeessä. Uudistuksen myötä kruunulogo toimii paitsi maalibrändin myös koko Tikkurila-konsernin tunnuksena.

– Kruunu on perinteinen laadun symboli ja sopii erinomaisesti Tikkurilan kaltaisen alansa edelläkävijän ja vahvan markkinajohtajan tunnusmerkiksi, Tikkurilan toimitusjohtaja Erkki Järvinen kertoo.

– Logoamme uudistettiin edellisen kerran näkyvämmin 1990-luvun loppupuolella. Nyt kruunu ja Tikkurila-nimen typografia ovat saaneet pehmeämmän, modernimman ja helpommin lähestyttävän muodon. Statusta ja arvokkuutta symbolisoivan kruunun lisäksi uudessa logossa toistuu myös Tikkurilan oma punainen väri, joka on ollut käytössä jo vuodesta 1948. Punainen väri huomataan. Se pysäyttää ja uhkuu voimaa ja varmuutta, Tikkurilan maalibrändistä vastaava Minna Ihamäki-Laitinen selostaa uudistusta.

**Pakkauksille uusi ulkoasu, osa tuotteista muovipurkkeihin**

Myös Tikkurilan uudistetut maalipakkaukset kuvastavat slogania "The power of colors − Värien voimaa". Myymäläympäristössä uudet pakkaukset erottuvat selvästi omaksi kokonaisuudekseen, josta merkki- ja laatutietoiset ostajat löytävät ne vaivattomasti. Pakkauksiin on valittu voimakkaita värejä sekä symbolikuvia. Keskeiset tuoteargumentit on sijoitettu tuotenimien yhteyteen, ja vähemmän tärkeitä elementtejä on karsittu. Tämä auttaa sekä asiakkaita että kaupan henkilöstöä tunnistamaan tuotteet ja valitsemaan oikean tuotteen kuhunkin tarkoitukseen. Uudistuksen myötä pakkauksiin on jo tässä vaiheessa laitettu uudet, EU:n kesäkuussa 2015 voimaan astuvien määräysten mukaiset varoitusmerkinnät.

Vesiohenteiset sisämaalit pakataan tulevaisuudessa muoviastioihin. Näillä on monia etuja: astiat ovat kevyitä kuljettaa ja siirrellä, ja ne myös kestävät kuljetusta kolhiintumatta. Uudet pakkaukset saivat erinomaisen vastaanoton testeissä, joihin osallistui sekä maalinmyyjiä että maalien loppukäyttäjiä. Tikkurila on yhdessä pakkaustoimittajien kanssa kehittänyt myös uuden, muovipakkaukseen sopivan kansiratkaisun, jonka ansiosta maali voidaan sävyttää entiseen tapaan kantta avaamatta. Muovireunainen metallikansi on helppo avata ja sulkea ilman työkaluja, mitä varsinkin kuluttajat ovat toivoneet.

Kaiken kaikkiaan Tikkurilan logo- ja pakkausuudistus viestivät vahvasta, aikaansa seuraavasta ja asiakasta kuuntelevasta yrityksestä. Uudistetut pakkaukset ja muut materiaalit tulevat kauppoihin vähitellen lokakuusta alkaen.

Tikkurilan uuden yritysilmeen ja pakkaukset on suunnitellut suomalainen muotoilutoimisto Pentagon Design Oy, jonka kanssa Tikkurila on tehnyt yhteistyötä jo vuosien ajan.

**Lisätietoja:**

Minna Ihamäki-Laitinen, brändijohtaja, Tikkurila Oyj

Puh. 020 191 2129, matkapuh. 040 833 4664, [minna.ihamaki-laitinen(at)tikkurila.com](mailto:minna-ihamaki-laitinen@tikkurila.com),

Marika Raike, designpäällikkö, Tikkurila Oyj

Puh. 020 191 2149, matkapuh. 040 584 3353, [marika.raike(at)tikkurila.com](mailto:marika.raike@tikkurila.com)

**Kuvaliitteet:**

uusi Tikkurilan logo, uusi Harmony-purkki