



Actic bryter ny mark på gymmarknaden tillsammans med Society Icon

Actic har inte låtit pandemin hindra utvecklingen av sitt varumärke och under våren 2021 har en helt ny identitet lanserats. I samband med detta lanseras också flera strategiska satsningar såsom Actic Outdoor Box samt ett långsiktigt samarbete de f.d. elitskidåkarna med Anna och Emil Jönsson Haag. Nästa steg är att nu bjuda in medlemmarna till att bygga varumärket.

"Vi lägger en holistisk och dynamisk kommunikationsplattform där vi använder nyttan av respektive kanal på ett, för Actic, helt nytt sätt. En del av resan för att göra vårt varumärke mer emotionellt och relaterbart är att bjuda in dem som känner oss bäst - våra medlemmar - till att vara vår röst lokalt. Vi ser en stor potential i samarbetet med Society Icon och ser fram emot sommarens och höstens planer" menar Sofia Brandberg, CMO Actic Group.

"Vi är stolta över vårt samarbete med Actic och med tanke på deras gedigna arbete och nya kommunikationsplattform så känns vårt partnerskap som en perfekt matchning, där vi kommer att jobba nära tillsammans för att identifiera och interagera med de mest engagerade kunderna att skapa emotionellt och relaterbart innehåll. Vi ser enormt starka synergier och möjligheter att låta konsumenten skapa innehåll kring en sån bred, engagerande och personlig upplevelse som träning och hälsa, samtidigt som vi kan skapa värde i relationen mellan varumärke och konsument" menar Alexander Kloow, Sales Director & Partner Society Icon.

Samarbetet lanseras i juni 2021 med en kampanj för det nylanserade konceptet Actic Outdoor Box. Actic Icons upplever boxen på plats runt om i landet och delar sina erfarenheter av konceptet.

Presskontakt

Sofia Brandberg, CMO Actic Group, sofia.brandberg@actic.se, 076-7233154