



## Rugvista utvecklar sin varumärkesposition och lanserar kommunikationsplattformen "Set the Scene"

**Rugvista fortsätter att utveckla sin varumärkesposition med ambitionen att skapa långsiktiga kundrelationer samt attrahera fler kunder på bolagets viktigaste marknader. Positioneringen bygger på ledorden "expertis", "trovärdigt" och "bekvämt". Kommunikationsplattformen "Set the Scene" är grunden för Rugvistas satsning och en uppdaterad grafisk profil är det första steget i strategin.**

"För att ta nästa steg mot målet att vara navet för den europeiska mattbranschen behöver vi utveckla ett tydligt och välkänt varumärke. Vår uppdaterade varumärkesposition förtydligar än mer vad vi vill erbjuda våra kunder och den nya grafiska profilen knyter an till hantverket bakom våra produkter vilket vi tycker är viktigt. Den uppdaterade grafiska profilen är bara det första steget men något som vi är stolta över att nu lansera externt." säger Michael Lindskog, VD på Rugvista.

Med kommunikationsplattformen "Set the Scene" vill Rugvista berika kunderbudandet och inspirera kunder till att skapa personliga miljöer och hem att älska.

"Även om få av oss tänker på det, så är det mattan som på ett subtilt men ändå tveklöst sätt, sätter stämningen i ett rum. En rätt vald matta binder ihop inredningen och får delarna i rummet att harmoniera med varandra. Oavsett vilken stil man vill skapa så faller allt enklare på plats om man startar från grunden, det vill säga nedifrån och upp. Vi vill lyfta mattans roll som scenen där livet händer", säger Ulrika Klinkert, CMO på Rugvista.

Rugvista har jobbat med mattor i snart 20 år, och merparten av Rugvistas produkter består av egenutvecklade designs eller designs som är exklusiva för Rugvista. "Medan kundpreferenser varierar beroende på målgrupp och marknad så är vårt fokus fast - pålitlig kvalitet i alla delar av vårt erbjudande, samt att vara lyhörda för vad kunderna efterfrågar. Vi brinner passionerat för mattor, vilket vi hoppas att vår nya kommunikationsplattform kan visa", fortsätter Ulrika.

Den nya kommunikationsplattformen är framtagen i samarbete med den kreativa duon Petter Ödeen och Per Forssberg. Utrullningen av kommunikationsplattformen kommer att ske löpande under våren med den nya logotypen som första steg och därefter följer nytt bild- och textmaterial samt kontinuerlig uppdatering av hemsidan.

För mer inspiration hänvisar vi till [www.instagram.com/rugvista](https://www.instagram.com/rugvista), [www.facebook.com/rugvista](https://www.facebook.com/rugvista), [www.pinterest.se/rugvista](https://www.pinterest.se/rugvista) samt hälsar välkommen till vår webbutik [www.rugvista.se](https://www.rugvista.se) och vårt showroom på köpcentrumet Emporia Malmö.



RUGVISTA



## Kontaktinformation

Ulrika Klinkert, CMO

[Ulrika.klinkert@rugvista.se](mailto:Ulrika.klinkert@rugvista.se)

Michael Lindskog, CEO

[Michael.Lindskog@rugvista.se](mailto:Michael.Lindskog@rugvista.se)

[InvestorRelations@rugvistagroup.com](mailto:InvestorRelations@rugvistagroup.com)

## Om Rugvista

Rugvista är en av Europas ledande "direct-to-consumer" e-handlare. Rugvista säljer mattor via egna webbutiker tillgängliga på 20 olika språk under varumärkena Rugvista och CarpetVista. Bolaget grundades 2005 och erbjuder ett brett och relevant utbud av prisvärda kvalitativa design- och traditionella mattor. Rugvista erbjuder fri frakt och kostnadsfri retur till kunder inom EU.

Verksamheten är indelad i tre segment: Privatpersoner (B2C), Företagskunder (B2B), samt Marknadsplatser & Övrigt (MPO). Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är RugVistas huvudsakliga segment.

Antalet medarbetare inom Rugvista Group är cirka 90 FTE:er och bolaget har sitt huvudkontor i Malmö. RugVista Group AB (publ) aktien handlas på Nasdaq First North Premier Growth Market under symbolen "RUG".