Nuova immagine aziendale per Best Western

Best Western si rifà il trucco: non accadeva dal 1993. E' stato infatti presentato ieri il **nuovo logo e il nuovo company name aziendale**. L'annuncio è avvenuto in contemporanea in tutto il mondo da Honululu in occasione della Global Convention, meeting annuale che riunisce i vertici di tutti i paesi in cui il Gruppo è presente.

Per rappresentare in modo più efficace la varietà della propria offerta è cambiato il nome aziendale: da Best Western International a **Best Western Hotels & Resorts**. Il Gruppo inoltre punta a rafforzare le differenze tra le diverse tipologie di hotel con nuovi loghi per **Best Western, Best Western Plus e Best Western Premier**.

"Per oltre vent'anni il logo di Best Western è stato familiare e chiaramente identificabile. Oggi guardiamo alle nostre origini per disegnare il futuro con un'immagine totalmente nuova capace di spiegare ai nostri clienti la nostra offerta e accrescere la nostra notorietà con un nuovo look vitale e contemporaneo" ha dichiarato **David Kong**, Presidente e CEO di Best Western Hotels & Resorts. "il nostro nuovo logo è profondamente differente e riflette gli straordinari prodotti e servizi di Best Western oggi".

Il **progetto** di sviluppo e definizione della nuova brand identity è iniziato due anni fa e ha tenuto conto degli input di viaggiatori, albergatori affiliati e operatori del mercato.

Il nuovo logo, presente su tutti i canali di comunicazione, mette in risalto le iniziali "BW". Mantiene però continuità grazie ai colori della tradizionale brand identity e si arricchisce di elementi contemporanei sia nelle forme sia nei font utilizzati.

Anche per il nuovo nome Best Western Hotels & Resorts si punta al colore blu del brand mentre Best Western Plus e Best Western Premier virano sul rosso per enfatizzare i termini Plus e Premier.

"Questi loghi porteranno una differenziazione chiara tra i nostri marchi, consentendo agli ospiti di scegliere in modo immediato le opzioni di ospitalità Best Western" ha dichiarato **Dorothy Dowling**, Senior Vice President Marketing and Sales di Best Western. "Con un logo per ciascuno dei nostri brand evidenziamo il loro valore e la loro storia, sottolineando però l'appartenenza al Gruppo Best Western".