

**Desigual abre una nueva era  
con un cambio de logo**  
"a su imagen y semejanza"

Desigual.

**Siguiendo con el Plan de Transformación que comenzamos en 2015, hoy 13 de junio de 2019, en un ejercicio de lógica sin precedentes, le hemos dado la vuelta a nuestro logo para rendir verdadero homenaje a lo que somos y hacer 100% honor a nuestro nombre.**

Coincidiendo con la presentación de nuestra nueva colección el Love SS20, con la que iniciamos también un nuevo capítulo en la forma de diseñar nuestras prendas (más contemporáneas, más diversas, más polivalentes y más responsables), desvelamos ante más de 1200 asistentes la que a partir de este momento será oficialmente nuestra nueva imagen.

“Renovar nuestra identidad como marca es uno de los pilares de nuestro proceso de transformación que ha de permitirnos alcanzar nuestros objetivos, sumado a la redefinición del producto y la optimización de la red de distribución en la que también hemos avanzado”. Guillem Gallego, Chief Marketing Officer.

Así, además de convertirnos en **la primera marca a nivel mundial en presentarse con su logo del revés de forma permanente**, dejamos patente nuestras intenciones: ser más nosotros que nunca. Un homenaje a ese espíritu de rebeldía, disrupción y frescura que llevó a una famosa cineasta española a bautizarnos en 1984 como Desigual “por no hacer los mismo” que el resto. Un movimiento (inverso) que nos acerca, un paso más, a cumplir nuestro sueño: vivir en un mundo donde cada persona pueda ser ella misma usando como herramienta su creatividad innata.

100%



Desigual.

**“Renovar nuestra identidad como marca es uno de los pilares de nuestro proceso de transformación que ha de permitirnos alcanzar nuestros objetivos, sumado a la redefinición del producto y la optimización de la red de distribución en la que también hemos avanzado”.**

Guillem Gallego, Chief Marketing Officer.



**“En Desigual apostamos por un modelo de negocio orientado al propósito. Las personas se movilizan y construyen su preferencia por una marca porque detrás de esta existe una razón de ser, una historia. La nuestra es despertar la creatividad que todos llevamos dentro. Es por eso por lo que creamos productos que nos permiten proporcionar una experiencia de compra personalizada en todo el recorrido que se tiene con la marca”**

**“Otra de las intenciones de este cambio de imagen es reconectar con nuestros consumidores y a la vez llegar a un público más joven. Esto se traduce en un mayor conocimiento de las necesidades de las personas, una mayor personalización y en proporcionarles una mejor experiencia en todo su recorrido con la marca y la compra.”**

Guillem Gallego, Chief Marketing Officer.

## **El reto: cambiarlo todo, para seguir siendo nosotros y que el consumidor pueda ser también él mismo.**

“En Desigual apostamos por un modelo de negocio orientado al propósito. Las personas se movilizan y construyen su preferencia por una marca porque detrás de esta existe una razón de ser, una historia. La nuestra es despertar la creatividad que todos llevamos dentro. Es por eso por lo que creamos productos que nos permiten proporcionar una experiencia de compra personalizada en todo el recorrido que se tiene con la marca”, Guillem Gallego, Chief Marketing Officer.

Para lograrlo y volver a conectar no solo con nuestros consumidores, si no alcanzar a las nuevas generaciones, se ha puesto en marcha un atrevido proyecto 365 de cambio de imagen liderado por el Chief Marketing Officer, Guillem Gallego. Este proyecto que se espera culmine en 2021 y que implicará el trabajo de más de 3.700 personas, arranca hoy con el cambio de logo, de comunicaciones y de las plataformas digitales, incluyendo desigual.com, que apuesta por una plataforma renovada con un look & feel actualizado.

“Otra de las intenciones de este cambio de imagen es reconectar con nuestros consumidores y a la vez llegar a un público más joven. Esto se traduce en un mayor conocimiento de las necesidades de las personas, una mayor personalización y en proporcionarles una mejor experiencia en todo su recorrido con la marca y la compra.” Guillem Gallego, Chief Marketing Officer.



say  
yes to  
different.

Designal

 \*best viewed in selfie mode.

stop  
making  
sense.

Designal

 \*best viewed in selfie mode.

Forwards  
is  
poring.

Designal

 \*best viewed in selfie mode.

100%  
Designal  
since  
1984.

Designal

 \*best viewed in selfie mode.



# el Love. SS20

## el LOVE SS20 – Una declaración de intenciones en forma de colección

Con el Love SS20, damos un paso adelante en materia de calidad, innovación, sostenibilidad y diversidad. Una declaración de intenciones que habla del futuro de nuestras colecciones y de nuestra manera de concebir el diseño: colorido, universal, contemporáneo, original y respetuoso.

La colección explora de manera innovadora nuestros grandes pilares estilísticos (arty, patch y boho), para presentar una visión urbana, versátil y fresca de nuestra esencia, conectando con la nueva imagen de marca.

“El 11% de la colección está hecha de tejidos sostenibles y nuestro objetivo es seguir incrementando este porcentaje temporada tras temporada” afirma Clara Delmuns, Directora de Producto dejando patente nuestro compromiso que ha supuesto un cambio estructural y de mindset en la compañía.

“el LOVE habla de amar lo que somos. De darnos a los demás sin miedos. De mezclarnos. De ser la mejor versión de nosotros y de respetar y amar lo que nos rodea.” El resultado es una colección mediterránea llena de inspiraciones hawaianas, indias, tropicales y africanas donde se exploran nuevas siluetas más relajadas y urbanas que hablan de un Desigual fresco y renovado, no solo para nuestra clientela habitual si no para las nuevas generaciones. Para lograrlo, y siguiendo con su mensaje de diversidad en el LOVE se contará además con la colaboración de artistas invitados bajo la nueva plataforma de experimentación Desigual inBETA, donde podremos disfrutar de las cápsulas creadas con Miranda Makaroff, Monsieur Lacroix o la edición especial de la Icon realizada por Jordi Mollá o el artista Okuda San Miguel en colaboración con elrow'art.





**13**  
canales  
de venta

**6**  
categorías  
de producto:

**Woman**  
**Man**  
**Kids**  
**Accesorios**  
**Shoes**  
**Sport**

**3700**  
empleados

**90**  
países

## Acerca de Desigual

Desigual es una compañía de moda internacional nacida en Barcelona en 1984. Se caracteriza por la singularidad y el carácter único de sus creaciones, pensadas para vestir de positivismo y autenticidad a miles de personas que buscan expresar la mejor versión de sí mismas.

En la actualidad, la compañía cuenta con más de 3.700 empleados y está presente en cerca de 90 países a través de 13 canales de venta, más de 500 tiendas monomarca y seis categorías de producto: Woman, Man, Kids, Accesorios, Shoes y Sport.

### Contacto

Finally  
Enzo Martínez  
[emartinez@finallypress.com](mailto:emartinez@finallypress.com)