Modaes

Empresa

# Mango cambia de logotipo por primera vez en su historia

25 may 2011 - 00:00

**C. Pareja/ P. Riaño**.- La cadena de moda Mango madura. Y, con ella, sus clientas. Por esta razón, la empresa catalana ha decidido dar un giro a su imagen y cambiar de logotipo por primera vez en su historia.

Según han explicado a Modaes fuentes de la compañía, la decisión de apostar por una nueva imagen gráfica se enmarca dentro de los cambios que ha realizado la empresa durante los últimos años, con el objetivo de dirigirse a una mujer más adulta.

La puesta de largo del nuevo logotipo de Mango tuvo lugar la semana pasada en el desfile que la cadena realizó en el centro Pompidou de París para presentar su colección otoño-invierno 2011, con invitados como la modelo Kate Moss.

Según han explicado a Modaes fuentes de la empresa, "actualmente en Mango se están realizando una serie de acciones en diferentes ámbitos con el objetivo de adecuar el mundo Mango a nuestro público objetivo". La compañía está introduciendo modificaciones tanto en las colecciones como en los puntos de venta, así como en imagen y comunicación.



https://www.modaes.com/empresa/mango-cambia-de-logotipo-por-primera-vez-en-su-his

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

**Diseño**

Mango no ha recurrido a un creativo externo para llevar a cabo el nuevo diseño, sino que ha elegido un diseño ideado por el equipo de la propia compañía. Progresivamente, el nuevo logotipo se adaptará progresivamente a toda la imagen corporativa de la cadena, pero no existe un presupuesto establecido para ello.

Mientras la anterior estaba formado por letras gruesas negras sobre fondo blanco, el nuevo mantiene los mismos colores pero opta por una tipografía más fina, que respira más sencillez. La palabra Barcelona está incluida explícitamente en el nuevo logotipo.

El nuevo diseño no es "rupturista" respecto al anterior, ya que mantienen sus elementos clave, es decir, letras mayúsculas y cortadas. El logotipo se "separa del aspecto más ilustrativo que tenían las letras del logotipo anterior (basado en las piezas de un mecano en el que la letra O era como una cabeza de tornillo)" y se ha tomado como referencia una fuente tipográfica "simple, sobria y rotunda".

Se trata del segundo gran cambio que la compañía presidida por Isak Andic introduce este año en su imagen, ya que el pasado marzo comenzó a implantar en sus tiendas un nuevo concepto.

La cadena ha optado por dejar atrás los tonos oscuros y apostar por colores crudos en los suelos, paredes y techos de sus tiendas.

Durante los últimos años, la compañía ha desarrollado una estrategia de márketing y comunicación encaminada a elevar el posicionamiento de su imagen. En lugar de destacar el precio, como la mayoría de grandes grupos del sector, la empresa ha vinculado su imagen a celebrities, modelos y actrices de todo el mundo.

Con una red de más de 2.000 puntos de venta en más de cien países del mundo, Mango es la primera cadena europea por número de países en que está presente. La compañía cerró el ejercicio 2010 con una facturación consolidada de 1.270 millones de euros, un 11% más que el año anterior.



https://www.modaes.com/empresa/mango-cambia-de-logotipo-por-primera-vez-en-su-his

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.