01/06/2017

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Gómez-Acebo & Pombo renueva su identidad corporativa

Tras más de 45 años conservando una misma línea visual con pocas variaciones, el despacho ha decidido romper con su tradicional imagen de marca y acometer el cambio de identidad más profundo de su historia. La firma no solo renueva su logotipo para transformarlo en una imagen sintética, clara y moderna, sino que reordena y depura todos los elementos que estaba emitiendo a sus públicos relacionados tanto con la identidad visual como con la verbal.

La nueva marca nace con un pan debajo del brazo porque el despacho ya ha ganado uno de los mayores premios de diseño. Gómez-Acebo & Pombo ha recibido un Wood Pencil (Lápiz de madera) en la categoría 'Branding/Branding Schemes/Medium Organizations' por su nueva identidad de marca en los premios de diseño D&AD de este año. D&AD ha representado desde 1962 a las comunidades creativa, de diseño y de publicidad, y sus Professional Awards son reconocidos globalmente como el máximo reconocimiento creativo.

Antes del lanzamiento oficial el despacho de ab

...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |