

CLUBES

Giants renueva su imagen en plena expansión internacional

El club malagueño continúa inmerso en su expansión internacional y con este rediseño pretende llegar a un número mayor de fans.

Palco23
13 may 2021 - 11:00



Giants renueva su identidad. Con el objetivo de llegar al gran público, el diseñador e ilustrador, Alex Trochut, autor de campañas para Nike, The Rolling Stones, Katy Perry, BBC, Coca Cola, o Pepsi, se ha encargado de hacer un *rebranding* de la marca. El club de eSports pretende expandir su marca y hacer que sea versátil y aplicable en cualquier industria como la moda, el entretenimiento, la tecnología, el ocio o la comunicación.

Para impulsar este lanzamiento, Giants ha confiado en Teatro Soho Televisión (TST), productora dirigida por Antonio Banderas y María Casado, la realización de la campaña publicitaria. El club malagueño continúa inmerso en su expansión internacional por lo que este rediseño pretende llegar a un número mayor de fans.

El cambio en la imagen de Giants se ve reflejado en su escudo y también en la forma de exhibir su nombre. Fundado en 2008, respaldado por Vodafone como *naming sponsor*

, modernizó sus principales emblemas en dos ocasiones anteriores, en 2015 y en 2018, respectivamente.

El diseño es “futurista y expresivo, adaptable a cada contexto y perfectamente reconocible”, según ha explicado Alex Trochut. El ilustrador barcelonés está afincado en Nueva York.

El cambio en la imagen de Giants se ve reflejado en su escudo y también en la forma de exhibir su nombre

“Cuando algo cambia en ti, cuando todo cambia a tu alrededor, algo debes hacer; debes mostrar tu evolución”, explica José Ramón Díaz, consejero delegado del club. “Nosotros hemos madurado todos estos años y, aunque nuestro espíritu se mantiene inalterable, queríamos mostrar este crecimiento al mundo porque era el momento de renovarse y afrontar el futuro con la misma ambición y el mismo optimismo que nos caracteriza”, añade. “Este rediseño nos ayudará a crecer más, a conectar con millones de fans por todo el mundo”, sentencia.

El equipo está integrado dentro de Good Game Group, la matriz del club que nació a finales de 2020 con el objetivo de seguir profesionalizando la compañía en sus tres ramas de negocio: competición, entretenimiento y comercialización del producto. La compañía está liderada por José Díaz y Virginia Calvo.

En 2020 facturó 2,5 millones de euros y cuenta con más de un centenar de empleados, de los cuales el 70% son jugadores e integrantes del cuerpo técnico. Vodafone Giants participa en más de 30 competiciones. La combinación del equipo y sus jugadores y creadores suma más de 20 millones de seguidores entre todas sus redes sociales.