

Giants revoluciona su imagen para llegar al gran público

El club de esports pretende expandir su marca, que sea versátil y aplicable en cualquier industria como la moda, el entretenimiento, la tecnología, el ocio o la comunicación. El rebranding ha ido a cargo del diseñador e ilustrador Alex Trochut, autor de campañas para Nike, The Rolling Stones, Katy Perry, Coca Cola o The New York Times. Teatro Soho Televisión (TST), productora de Antonio Banderas y María Casado, ha creado la campaña publicitaria 'Giants, todo ha cambiado' para dar a conocer la nueva marca

Giants da un paso más en la globalización de su marca con un rediseño completo de su identidad. El club de esports ha llevado a cabo una revolución de su imagen, cuyo rebranding ha ido a cargo del diseñador e ilustrador Alex Trochut. 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 'Giants, todo ha cambiado'. Empieza una nueva era.

El cambio en la imagen de Giants se ve reflejado en su escudo y también en la forma de exhibir su nombre. El logo y el lettering diseñados por Alex Trochut forman un conjunto que no tiene parangón en el universo de las competiciones profesionales de videojuegos, al tiempo que globaliza la marca Giants para conectar con más públicos.

El club malagueño, de los más relevantes de habla hispana por profesionalización y títulos, continúa inmerso en su expansión internacional. Fundado en 2008, respaldado por Vodafone como naming sponsor, modernizó sus principales emblemas en dos ocasiones anteriores, en 2015 y en 2018, respectivamente. Este rebranding representa un salto de nivel.

Esta evolución en Giants trasciende a los propios esports. El club pretende expandir su marca, que sea versátil y aplicable en cualquier industria: moda, entretenimiento, tecnología, ocio, comunicación. Ser de Giants no es solo apoyar a un equipo que compite en videojuegos, sino un estilo de vida. Este rediseño pretende concentrar ese lifestyle y llegar a un número mayor de fans.

Unos fans que tienen una importancia capital en Giants, que también estrena el eslogan 'The International Winners Club'. Este concepto de ganadores tiene que ver directamente con los seguidores del club, vitales en el desarrollo de Giants y en los éxitos conquistados durante todos estos años, y que se encuentran no solamente en España sino en distintos puntos del planeta.

José R. Díaz, CEO de Vodafone Giants: "Cuando algo cambia en ti, cuando todo cambia a tu alrededor, algo debes hacer. Debes mostrar tu evolución. Nosotros hemos madurado todos estos años y, aunque nuestro espíritu se mantiene inalterable, queríamos mostrar este crecimiento al mundo. Era el momento de renovarse y afrontar el futuro con la misma ambición y el mismo optimismo que nos caracteriza. Este rediseño nos ayudará a crecer más, a conectar con millones de fans por todo el mundo. Unos seguidores que forman 'The International Winners Club'; y por eso los

llevamos en nuestra estrenada piel".

Virginia Calvo, responsable de Relaciones Institucionales de Vodafone Giants: "El proceso ha sido muy ilusionante y a la vez denso, pues éramos conscientes de la responsabilidad que requiere cambiar una marca detrás de la cual hay tantas emociones y vivencias. Hemos trabajado con la intención de conseguir dos objetivos: una marca versátil, fluida y al mismo tiempo una marca reconocible e identificable rápidamente. Nuestra nueva piel representa donde queremos estar".

Lisardo Morán, COO & responsable de Patrocinios de Vodafone Giants: "El rediseño que ha planteado Alex Trochut no es algo tan sencillo o ingenuo como un cambio de logotipo. Su propuesta atraviesa cada aplicación gráfica de la compañía y afecta a todos y cada uno de nuestros soportes. Es una apuesta por un tipo de marca líquida que pretende elevar nuestro reconocimiento a nuevas cotas. Esto nos ha motivado a presentarla con una pieza audiovisual de envergadura que le dé el impulso a la nueva imagen de la forma que merece".

El diseño de Alex Trochut es "futurista y expresivo", adaptable a cada contexto y perfectamente reconocible. El ilustrador barcelonés, afincado en Nueva York y autor de campañas para Nike, The Rolling Stones, Katy Perry, BBC, Coca Cola, Pepsi, The Guardian, The New York Times y Revista Time, entre otras compañías, potencia los símbolos que se observan de tal forma que la lectura de los mismos llega en un segundo plano. Esto provoca que la marca penetre en el imaginario del espectador, logre ser identificable, e imagen y texto conformen una expresión unitaria.

En este sentido, Trochut comenta: "Empezamos este viaje con la idea de mantener los valores del logo de Giants, que son la proximidad, el ser acogedor y no agresivo, pero al mismo tiempo conseguir cierta presencia, algo que los relacione con ser 'El equipo de los campeones', lo que ellos llaman 'The International Winners Club'. Esperamos que esta marca conecte con todos los fans, a los que por supuesto el club de Giants quiere muchísimo. Estamos contentos muy contentos con el resultado".

Asimismo, Teatro Soho Televisión (TST), la productora creada dentro de la estructura del proyecto Soho, impulsada por Antonio Banderas y dirigida por María Casado, es la responsable de la campaña 'Giants, todo ha cambiado'. TST confió en Miguel Moriarty como director creativo del proyecto y en Mauri D. Galiano para dirigir la pieza. TST viene de participar en el programa 'Escena en Blanco y Negro' para Amazon Prime Video y la producción de la 35ª edición de los Premios Goya.

Bajo el título 'Giants, todo ha cambiado', la campaña tiene como pieza principal un spot de un minuto y medio de duración en el que Vodafone Giants quiere contar a sus diferentes públicos el estreno de branding. Lo hace a través de un cambio de roles, en el que los streamers empiezan a ocupar puestos que normalmente han sido propiedad de estrellas del deporte o la cultura.

Datos de contacto:

NURIA SANCHEZ
917818090

Nota de prensa publicada en: [Málaga](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Juegos](#) [Andalucía](#) [Otros deportes](#)
[Innovación](#) [Tecnológica](#) [Gaming](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>