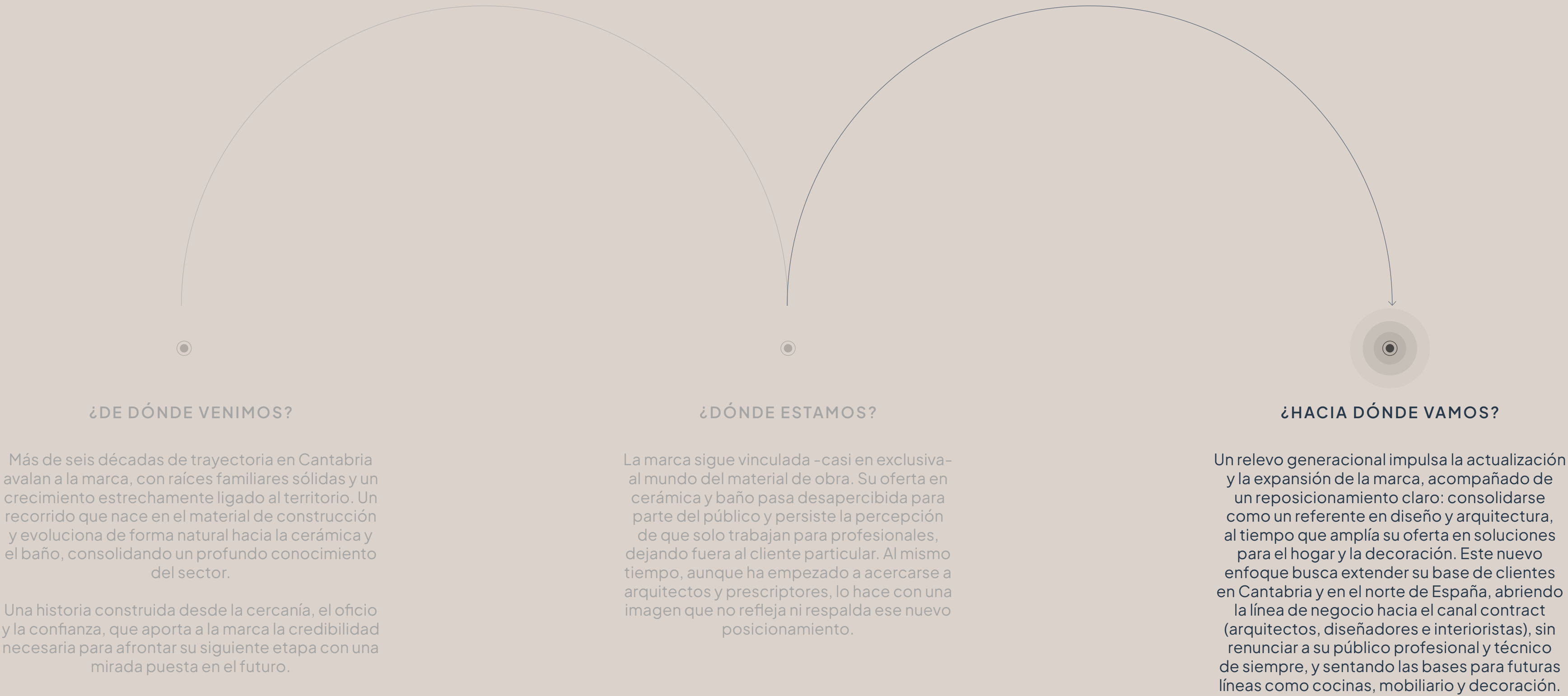


LAVIN

PREMIO ANUARIA A LA MEJOR APLICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ANTECEDENTES



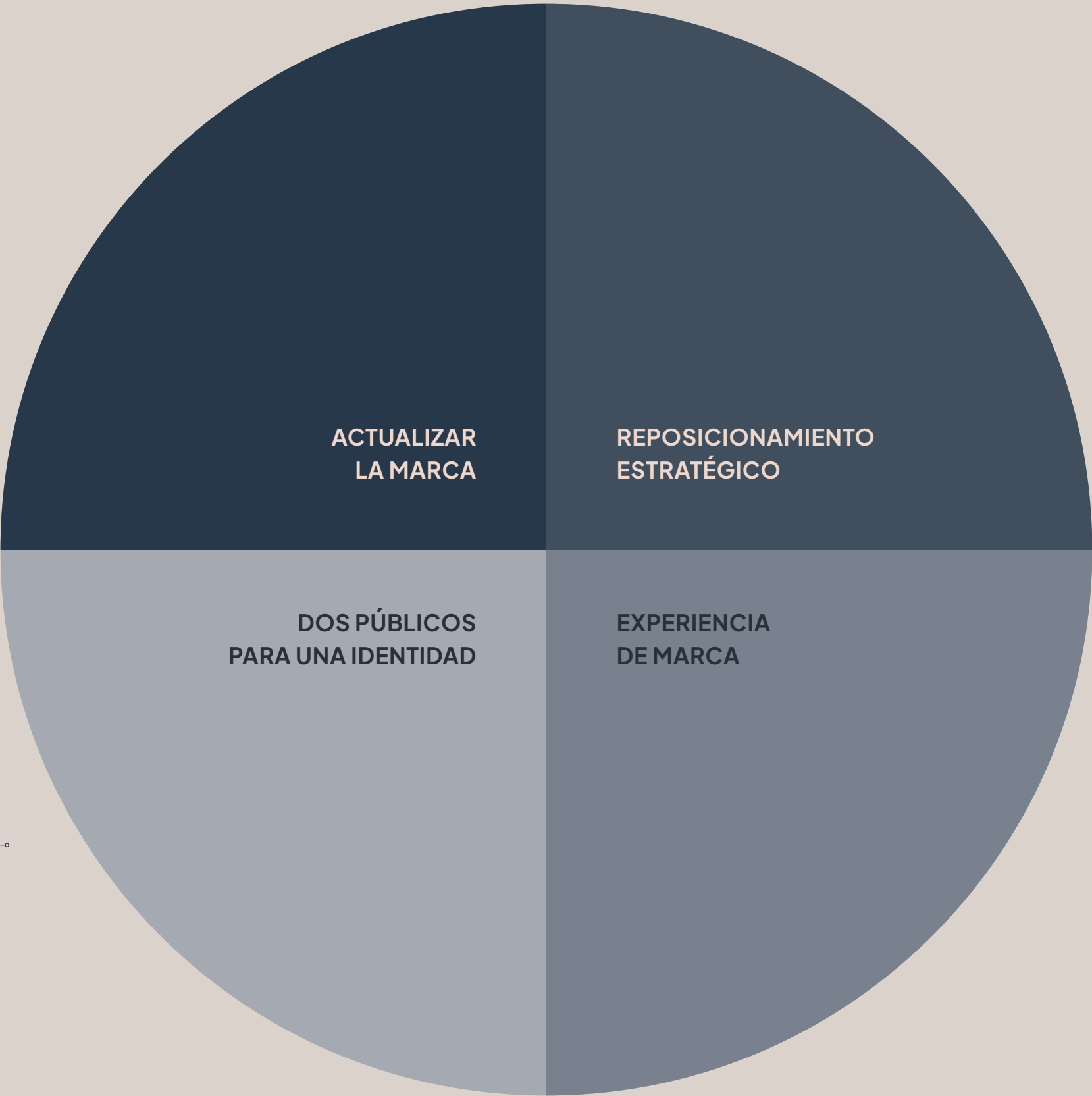
OBJETIVOS

RENOVAR Y ELEVAR
EL VALOR DE LA MARCA

Actualizar su identidad para transmitir profesionalidad, cercanía y diseño, reforzando su carácter aspiracional y alineándola con tendencias actuales para abrir nuevas oportunidades comerciales.

UNIFICAR LA IDENTIDAD
MANTENIENDO DOS LENGUAJES
CLARAMENTE DIFERENCIADOS

Construir una arquitectura de marca capaz de hablar de forma coherente a dos universos -profesional y particular/ arquitecto e interiorista- sin fragmentar la marca, combinando funcionalidad y sensibilidad estética.



REPOSICIONAR LA MARCA
Y AMPLIAR SU PÚBLICO

Pasar de una percepción centrada en el material de construcción a una marca atractiva para profesionales, arquitectos, interioristas y particulares, reforzando su presencia en el territorio del diseño y del hogar.

CONSTRUIR UNA EXPERIENCIA DE
MARCA COHERENTE Y MEMORABLE

Integrar un lenguaje visual y sensorial más cuidado — en showroom, comunicación y punto de venta— que refuerce la calidad percibida y consolide a LAVIN como referente en soluciones globales para el hogar.

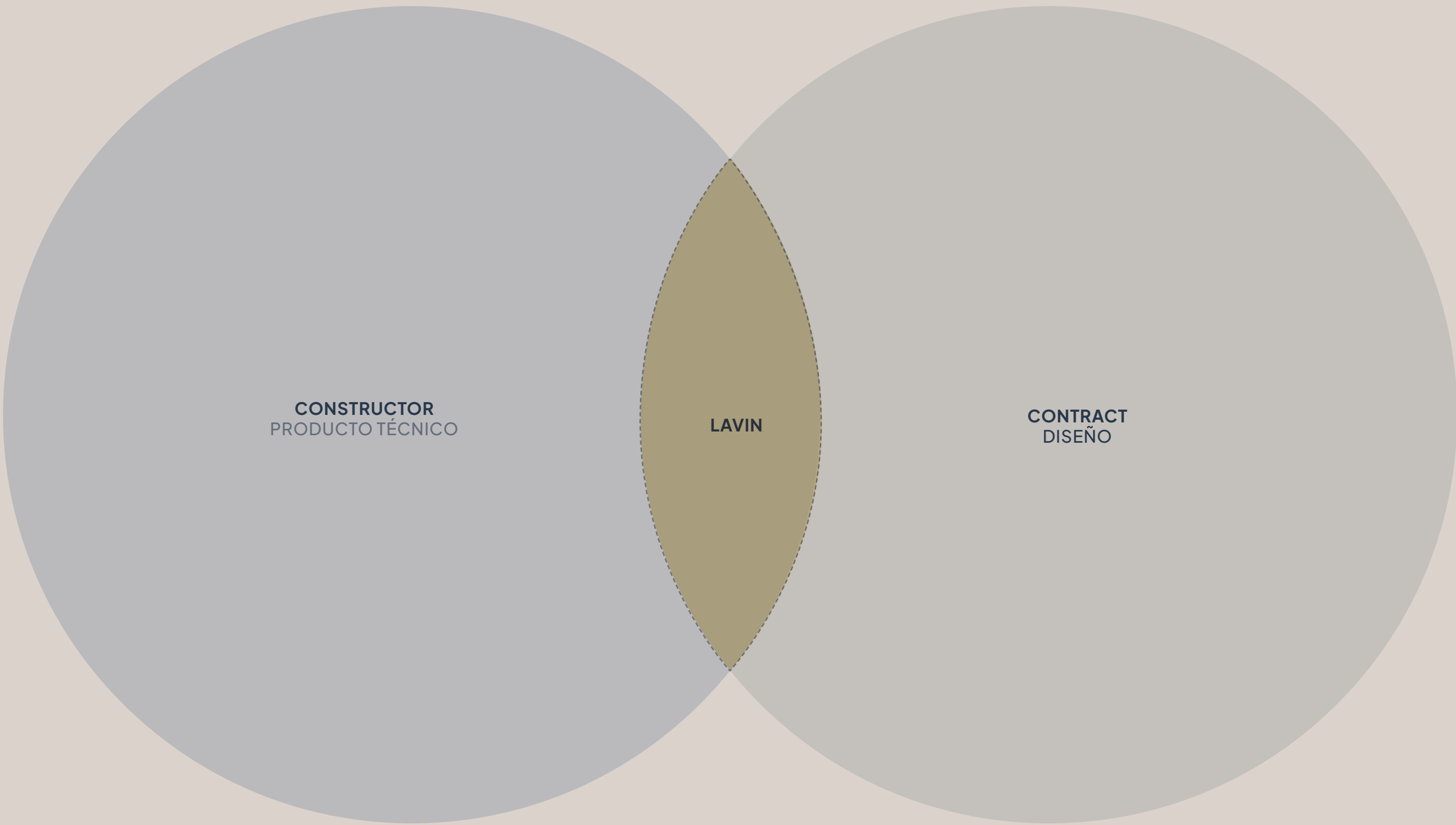
POSICIONAMIENTO
ESTRATÉGICO

Una identidad que se renueva para
ganar relevancia y dialogar con el
universo del diseño

La marca aspira a reforzar su valor y consolidarse como una firma profesional, cercana y con una sensibilidad estética reconocible. **El restyling es una oportunidad para transformar su percepción:** de ser identificada solo por constructores, a convertirse también en una opción atractiva para particulares, interioristas y arquitectos.

La nueva arquitectura de marca articulará dos universos: uno profesional, más funcional y directo; y otro orientado al diseño, más cálido y cuidado. **Dos lenguajes distintos bajo una identidad unificada.**

Este doble enfoque amplía el alcance de la marca, **abre nuevas oportunidades y la proyecta hacia un territorio más estético y emocional**, donde el hogar y el diseño son protagonistas. Una evolución coherente que moderniza la marca, la revaloriza y la posiciona de forma aspiracional en el mundo del diseño, el interiorismo y la arquitectura.



VALORES

(01.)

CERCANÍA Y ESPÍRITU FAMILIAR

Una empresa accesible, humana y comprometida, que mantiene viva la esencia de sus raíces.

(02.)

ATENCIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO
EXPERTO

Una firma que escucha, guía y se adapta a cada necesidad, tanto de profesionales como de particulares



(03.)

PROFESIONALIDAD Y EXPERIENCIA

Una empresa con más de 60 años de experiencia en el sector, traducidos en confianza y un servicio experto.

(04.)

CALIDAD Y DISEÑO

Selección cuidadosa de producto, sensibilidad estética y una visión moderna del hogar.



CONCEPTO
CREATIVO

Una nueva identidad que
nace con la vocación de
conectar dos mundos.

La nueva identidad de LAVIN nace con una intención firme: **reunir dos mundos que siempre han convivido en la marca, pero que no se expresaban de manera integrada.** El universo técnico —propio del sector constructivo— y la dimensión estética —vinculada al diseño contemporáneo— convergerán ahora bajo un mismo paraguas corporativo.

CONCEPTO
CREATIVO

La evolución que impulsa a Lavin hacia una marca más amplia y aspiracional

La creación de una nueva identidad orientada a particulares, interioristas y arquitectos amplía de forma orgánica el territorio de la marca, permitiéndole conectar con nuevas sensibilidades y competir en un escenario más aspiracional.

Esta maniobra actúa como un auténtico ariete estratégico: **una marca que abre camino en un segmento distinto con el fin de elevar y reposicionar, de manera indirecta, a la marca paraguas.** El resultado es una presencia más amplia, más visible y más alineada con la cultura contemporánea del diseño.

Así, LAVIN deja de dirigirse exclusivamente a un perfil profesional para convertirse en una marca transversal, capaz de generar valor, afinidad y reconocimiento en ambos mundos.



01

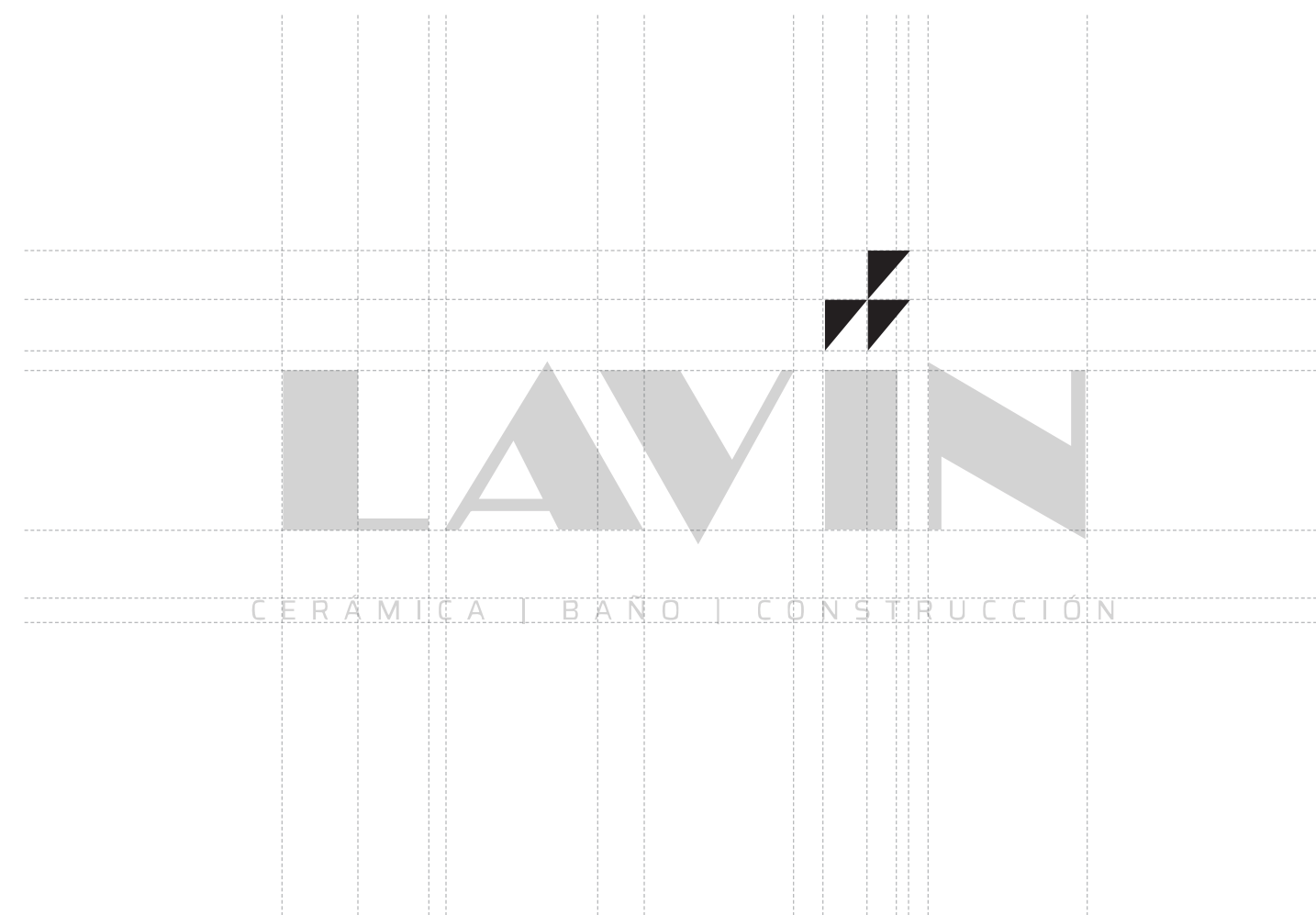
LOGOTIPO ACTUAL



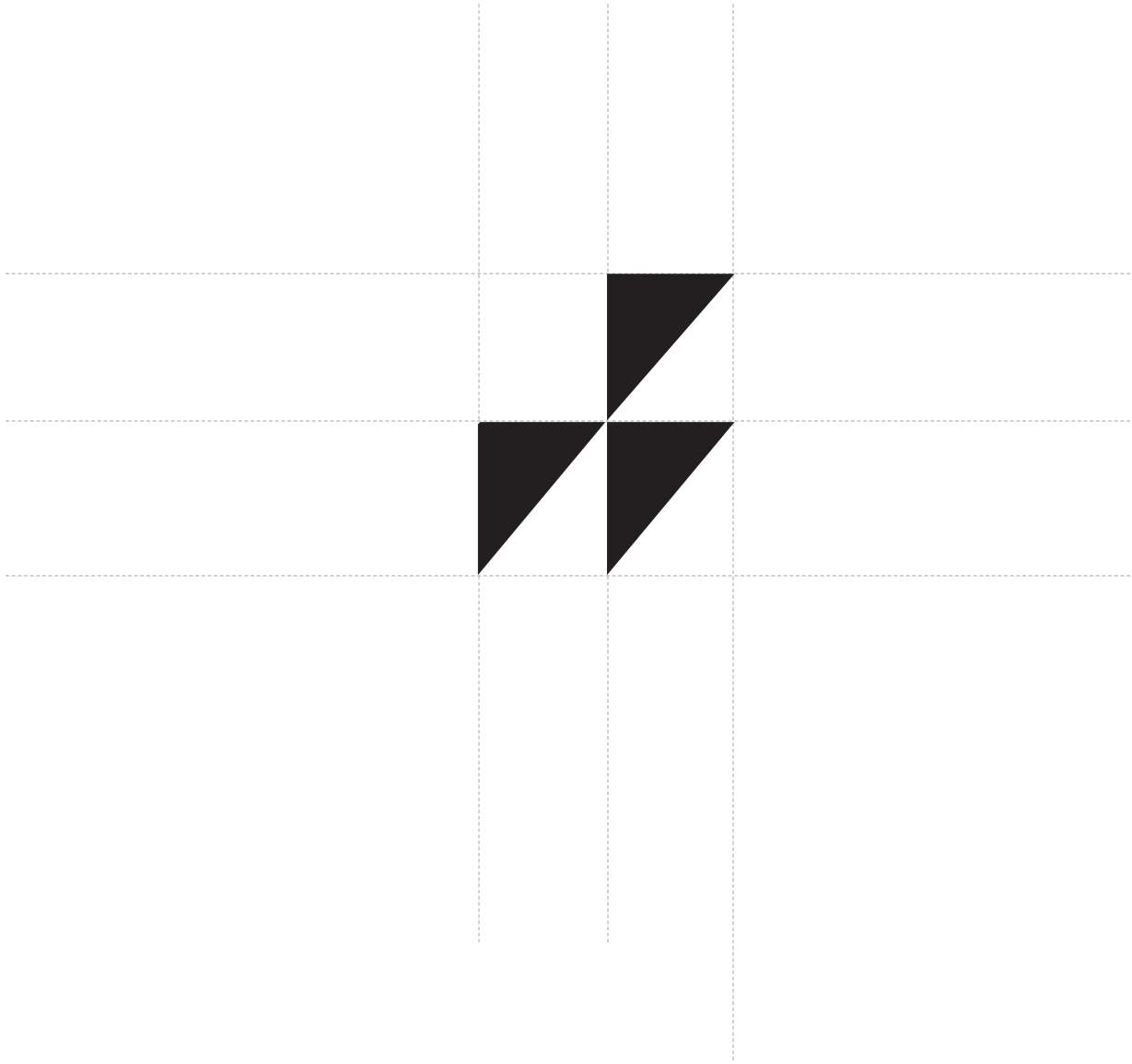
CERÁMICA | BAÑO | CONSTRUCCIÓN



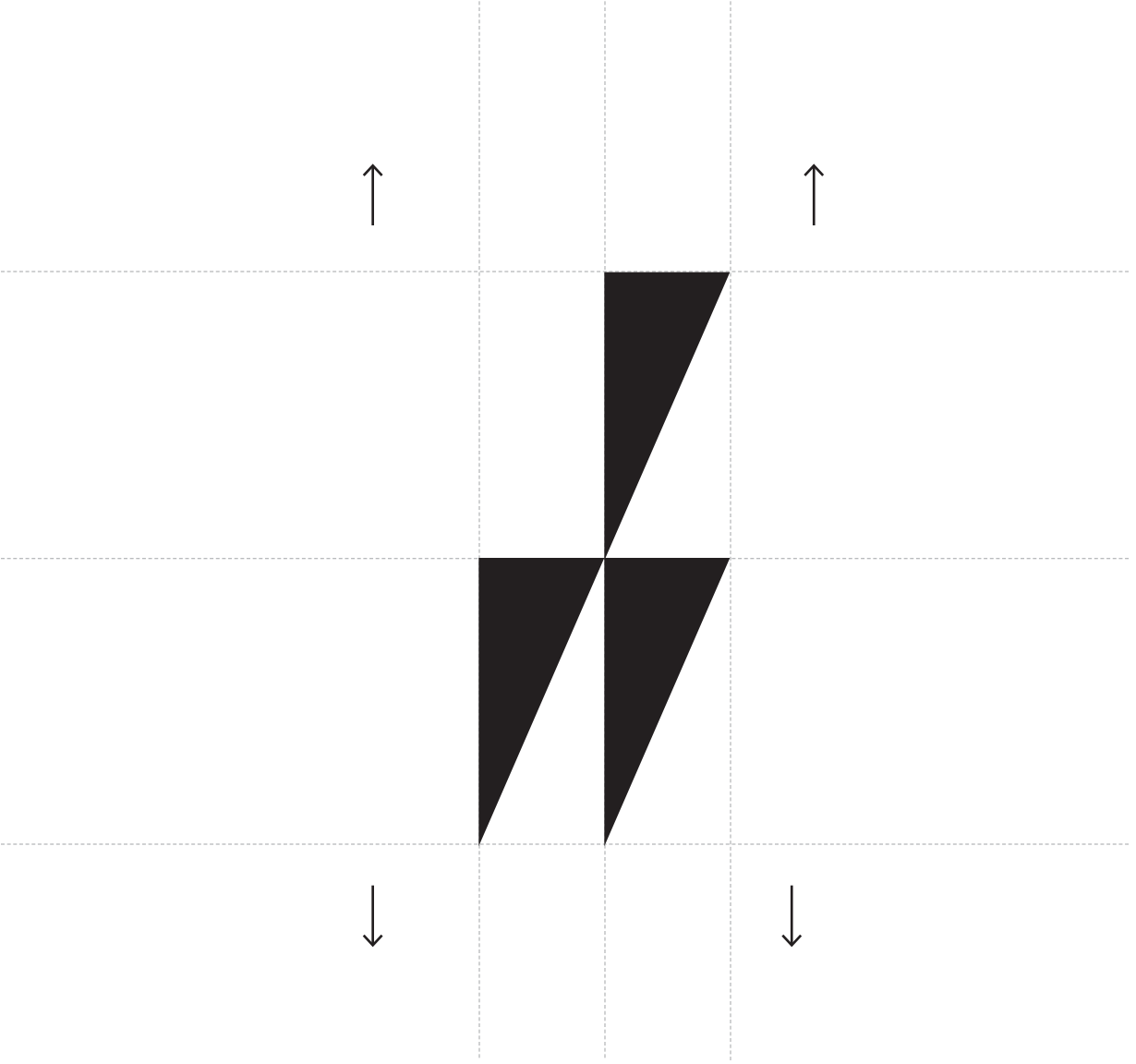
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



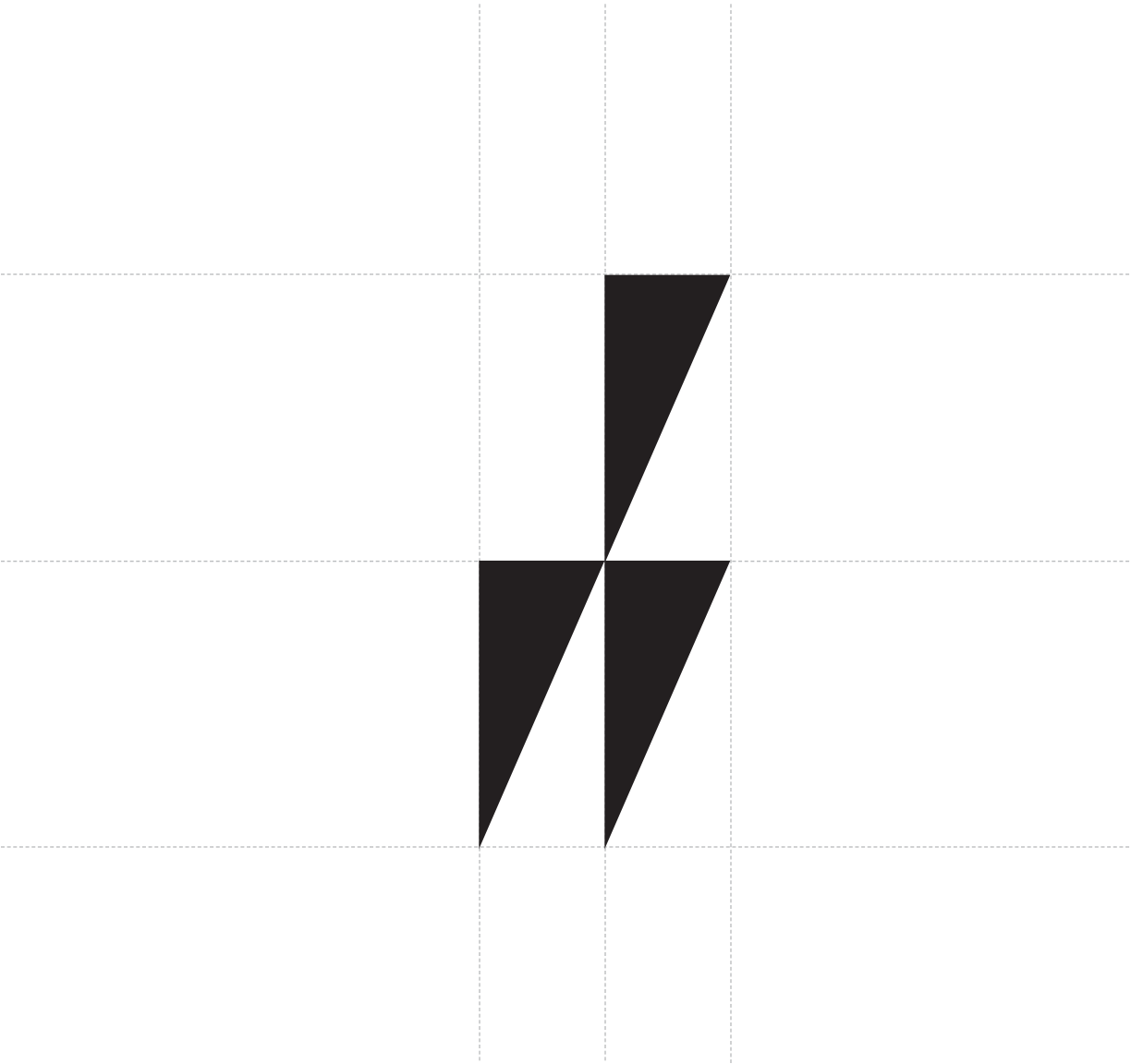
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



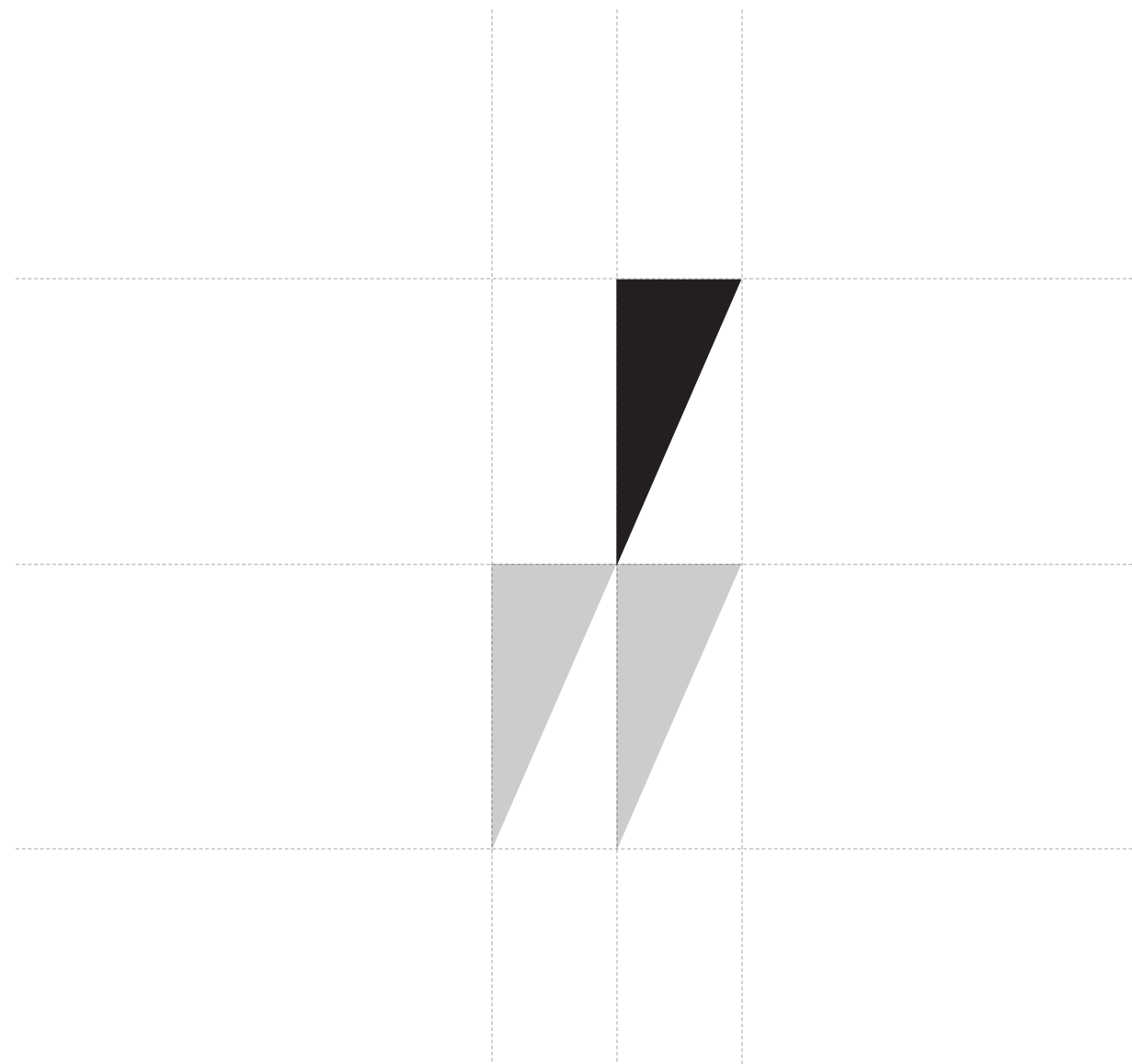
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



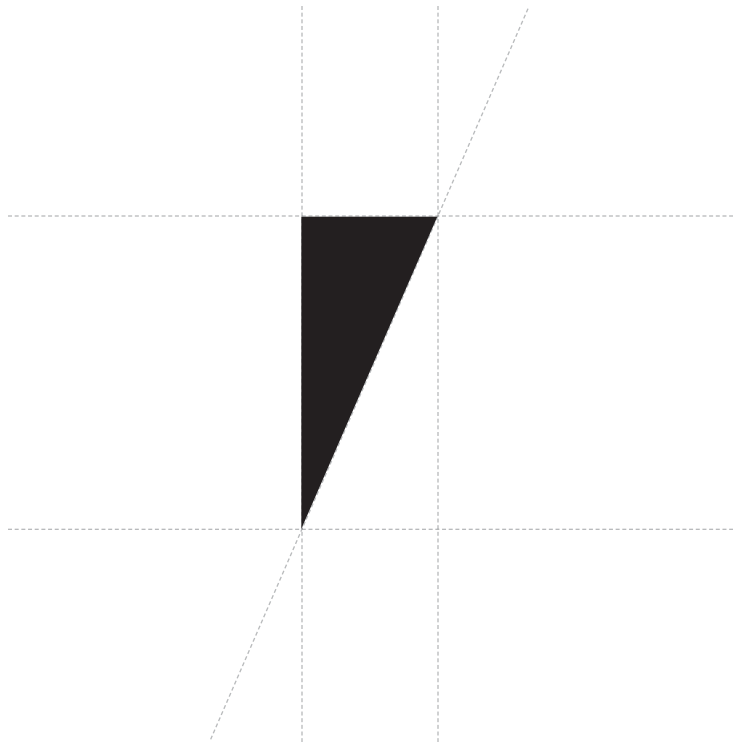
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



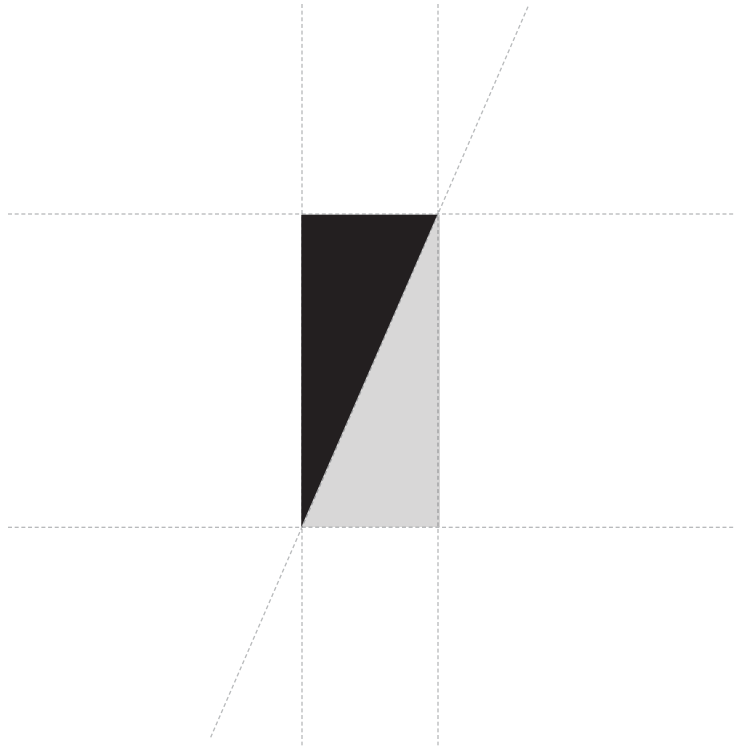
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



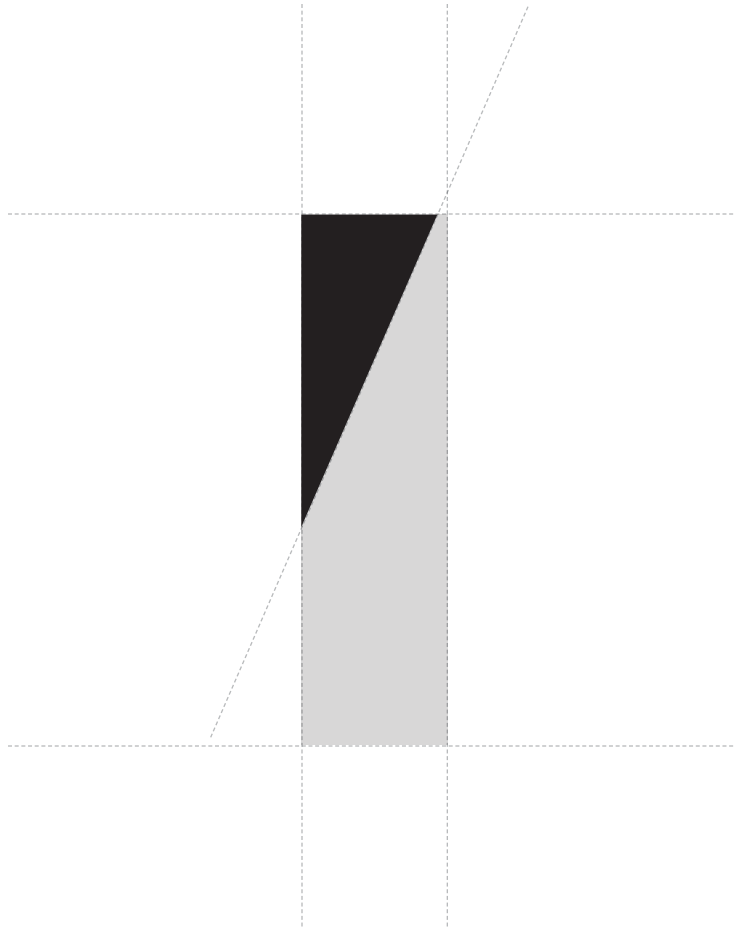
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



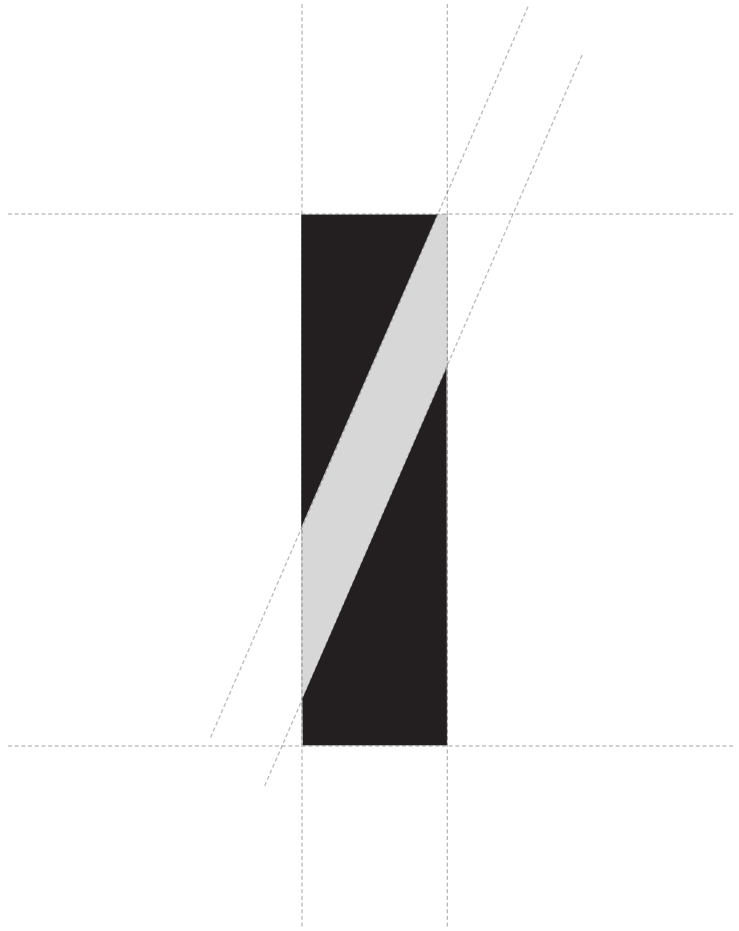
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



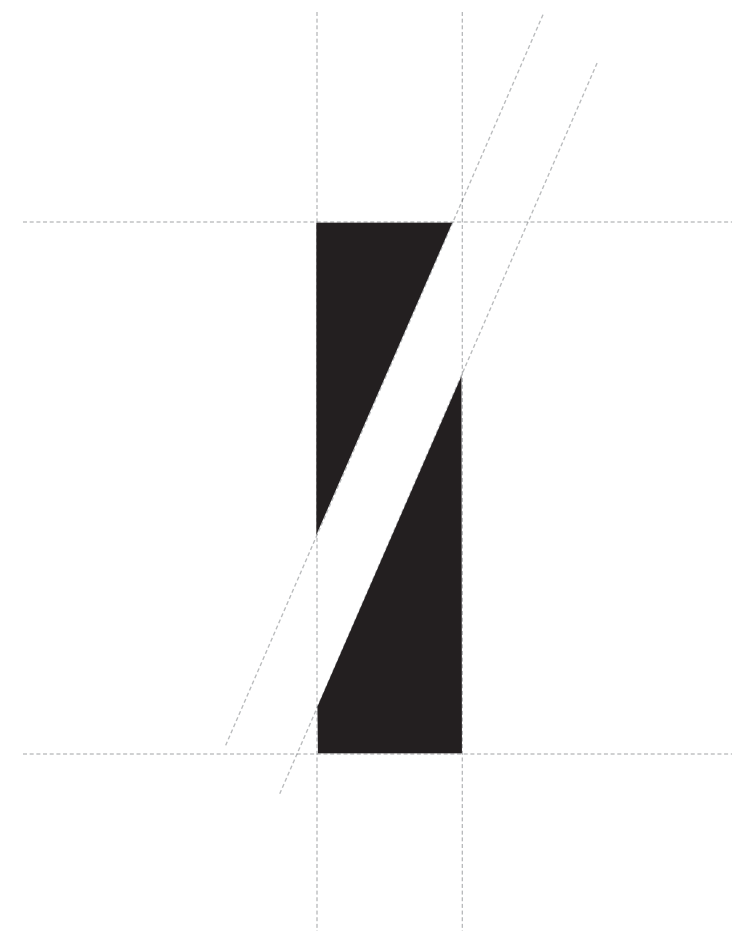
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



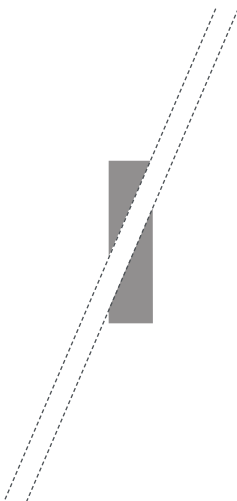
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



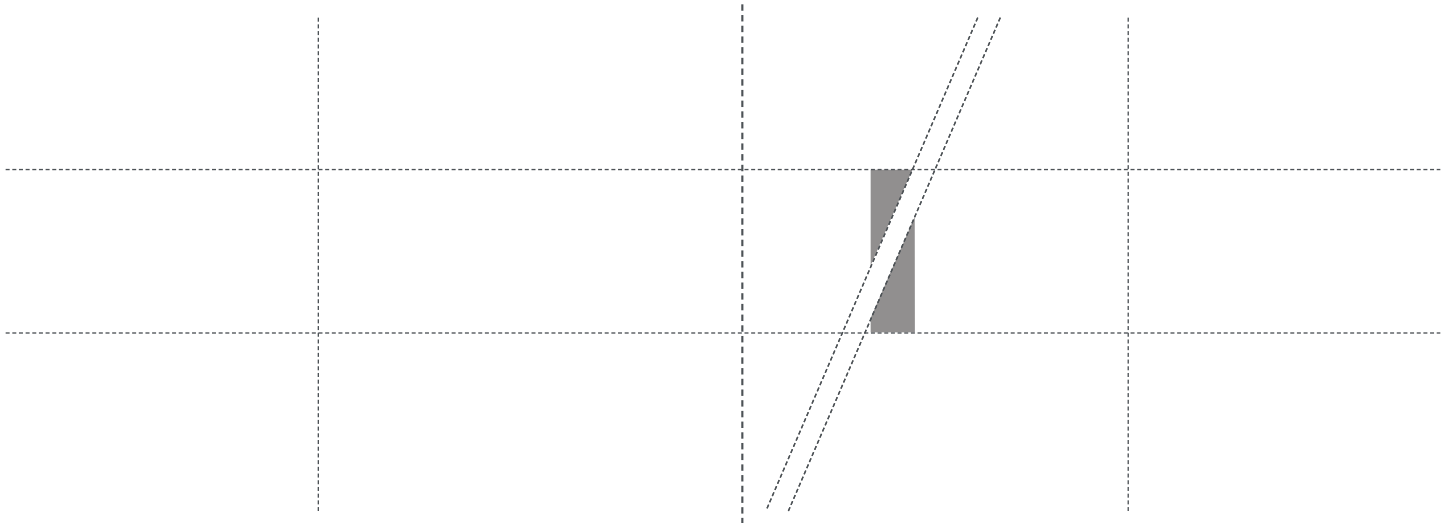
TRANSICIÓN A LA NUEVA IDENTIDAD



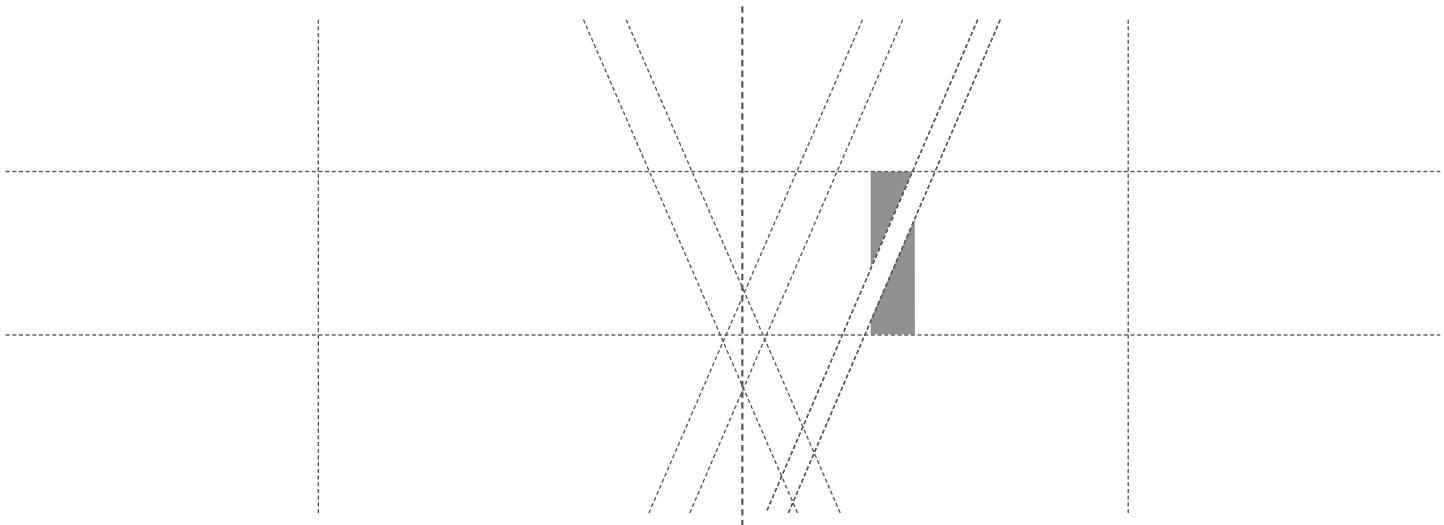
ARQUITECTURA DE LOGOTIPO



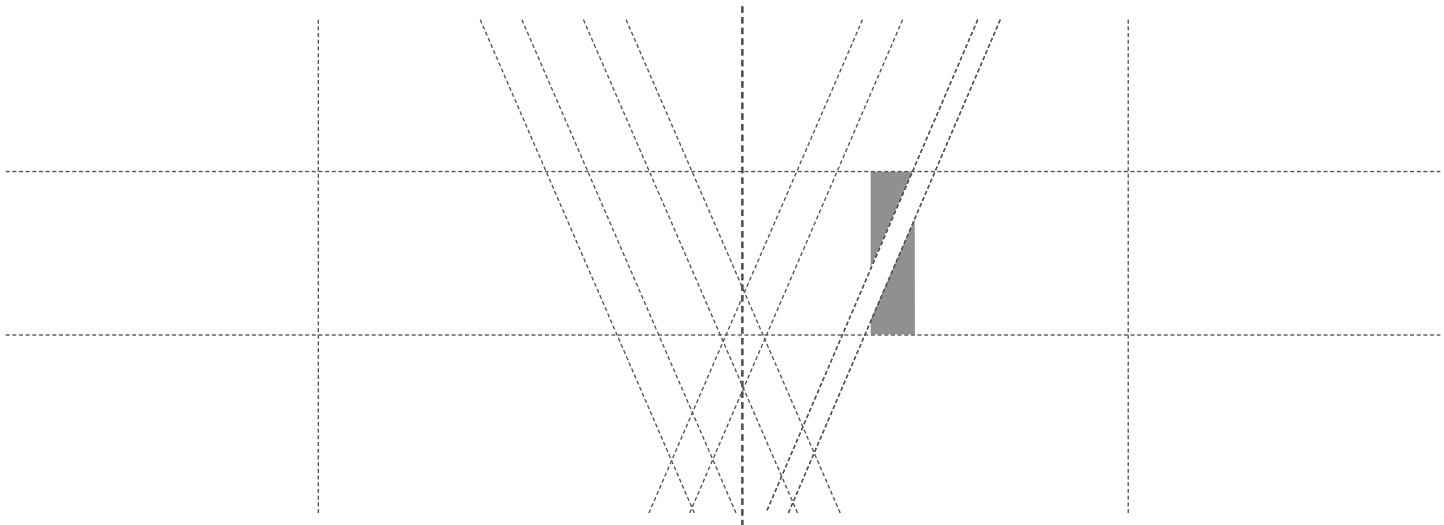
ARQUITECTURA DE LOGOTIPO



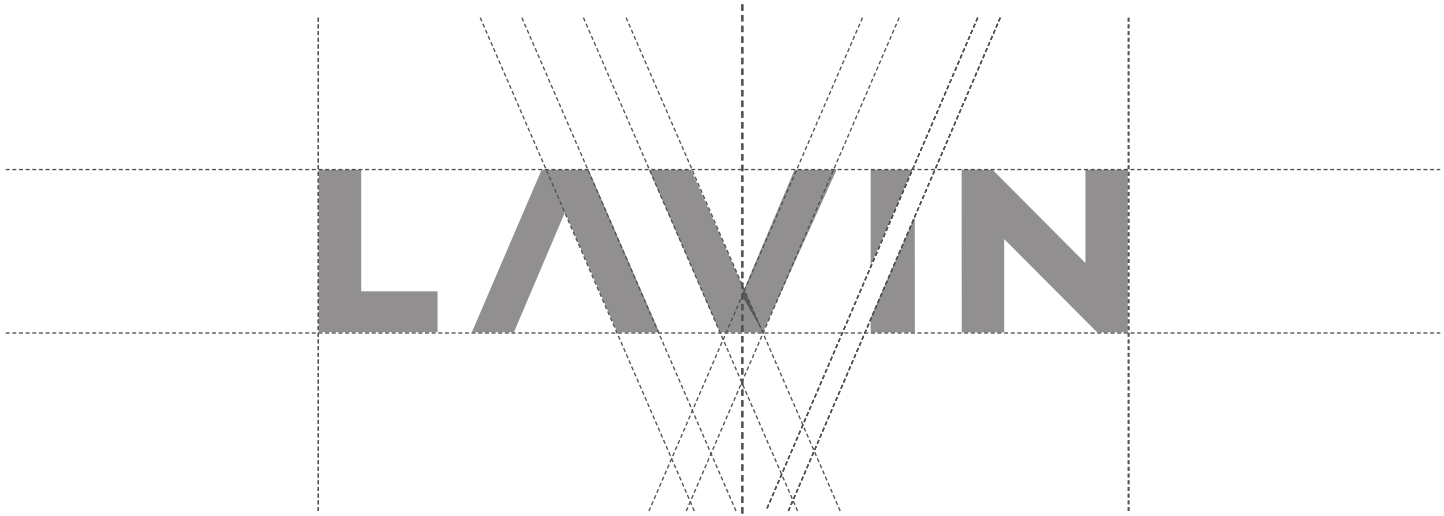
ARQUITECTURA DE LOGOTIPO



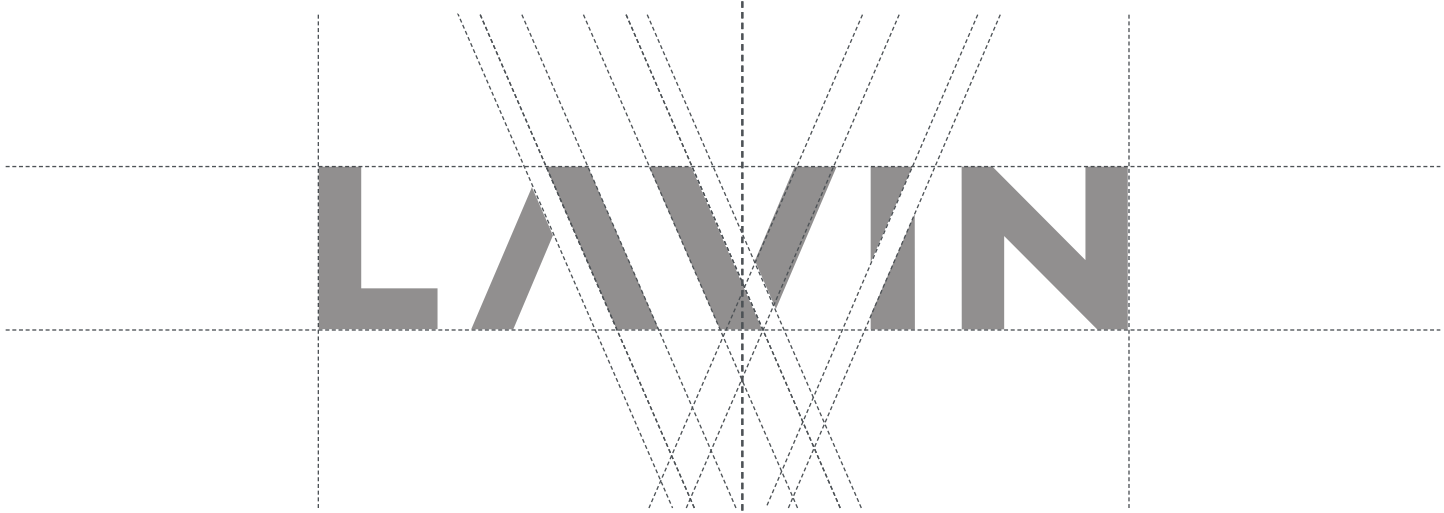
ARQUITECTURA DE LOGOTIPO



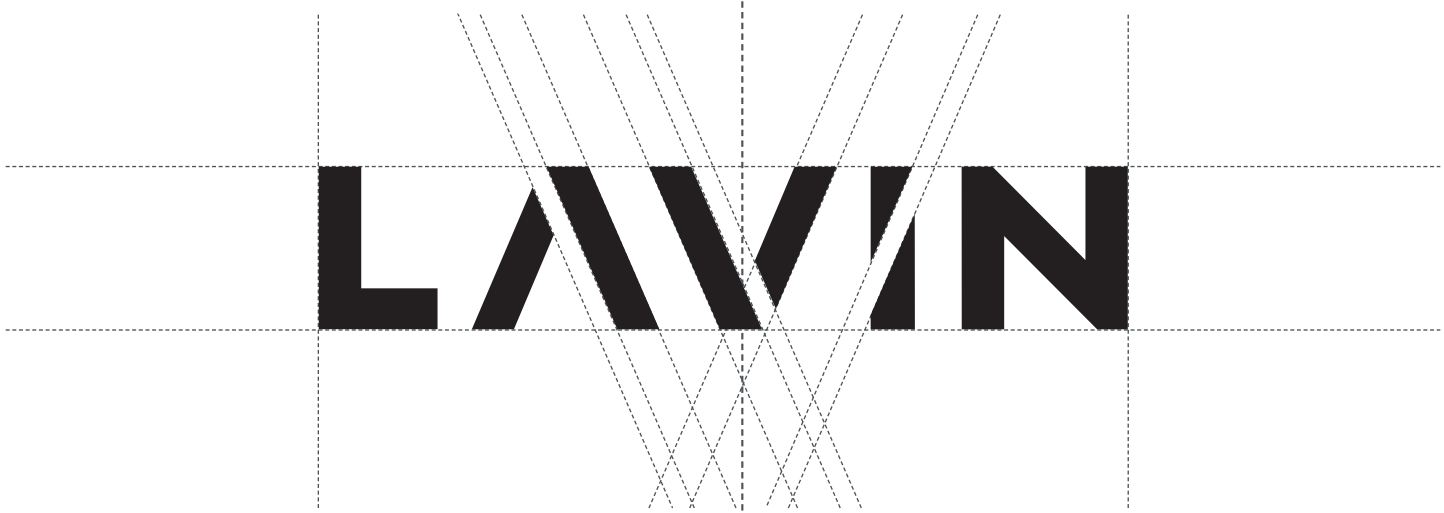
ARQUITECTURA DE LOGOTIPO



ARQUITECTURA DE LOGOTIPO



ARQUITECTURA DE LOGOTIPO



LAVIN

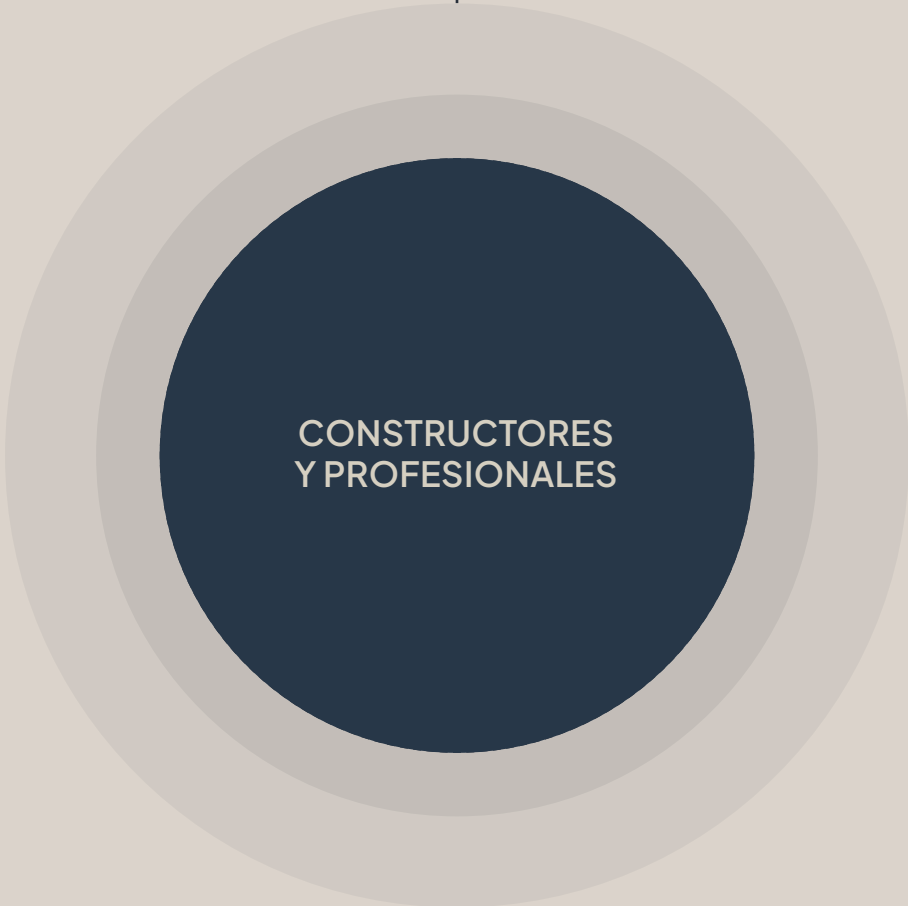
CONCEPTO CREATIVO

Los triángulos del antiguo símbolo —**vinculados históricamente al ámbito constructivo**— evolucionan y se integran en la propia identidad a través de diagonales que cruzan y articulan el nombre, generando un eje de simetría central. En este proceso, los tres triángulos del logotipo original, en un ejercicio de minimalismo, se reducen y se sintetizan hasta convertirse en uno solo, materializándose en el “acento” de la misma letra “i”.

Esas incisiones no son meros cortes. Forman el punto exacto donde la lógica estructural se encuentra con la sensibilidad de la arquitectura contemporánea.

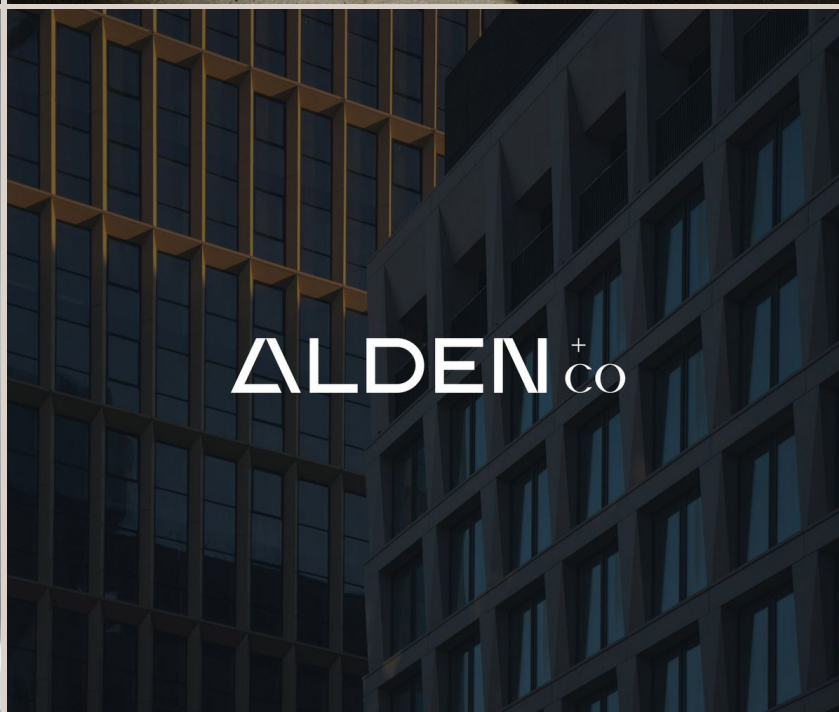
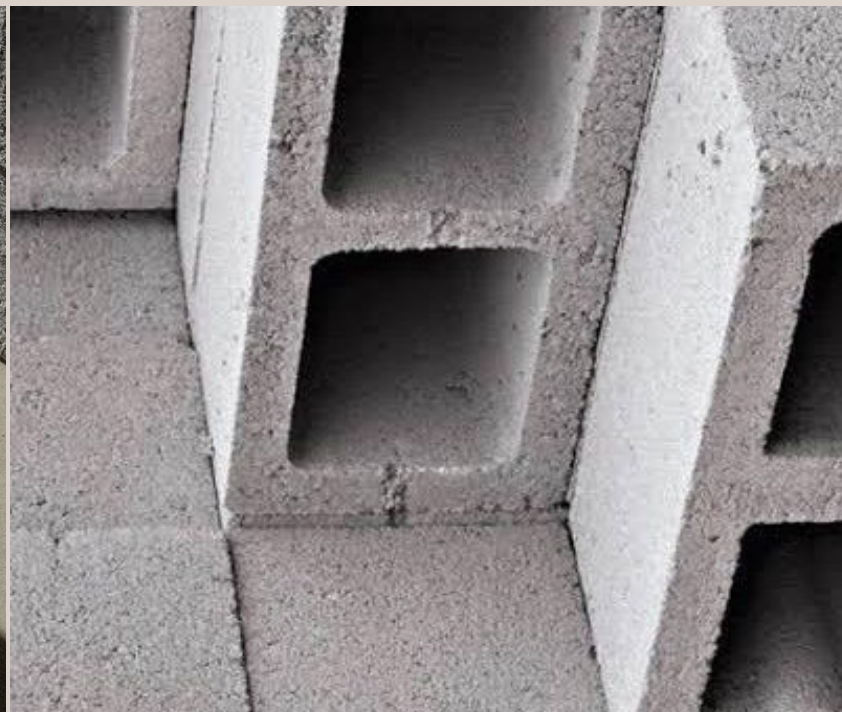
El resultado es un logotipo que integra y conecta ambos públicos, aportando valor y posicionamiento de marca. Una identidad que no renuncia a su origen técnico, pero lo traduce a través de un lenguaje más contemporáneo, más sofisticado y más propio del mundo del diseño, para convertirse en una marca que ya no se dirige solo a unos pocos, sino que tiende puentes hacia todas sus audiencias potenciales.

UNA MISMA IDENTIDAD
PARA DOS TIPOS DE PÚBLICO



ARQUITECTOS / INTERIORISTAS
PARTICULARES

DIFERENTES ATRIBUTOS DE MARCA



LAVIN

LAVIN

LAVIN

Lorem ipsum dolor sit amet,

Consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

Handwritten signature

Av. de Palencia, 115, 39300 Torrelavega, Cantabria
T. 942 80 01 10
ALMACENESLAVIN.COM

LAVIN



LAVIN



Materiales y soluciones
técnicas que marcan la
diferencia.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

LAVIN

Av. de Palencia, 115, 39300 Torrelavega, Cantabria
T. 942 80 01 10

ALMACENESLAVIN.COM

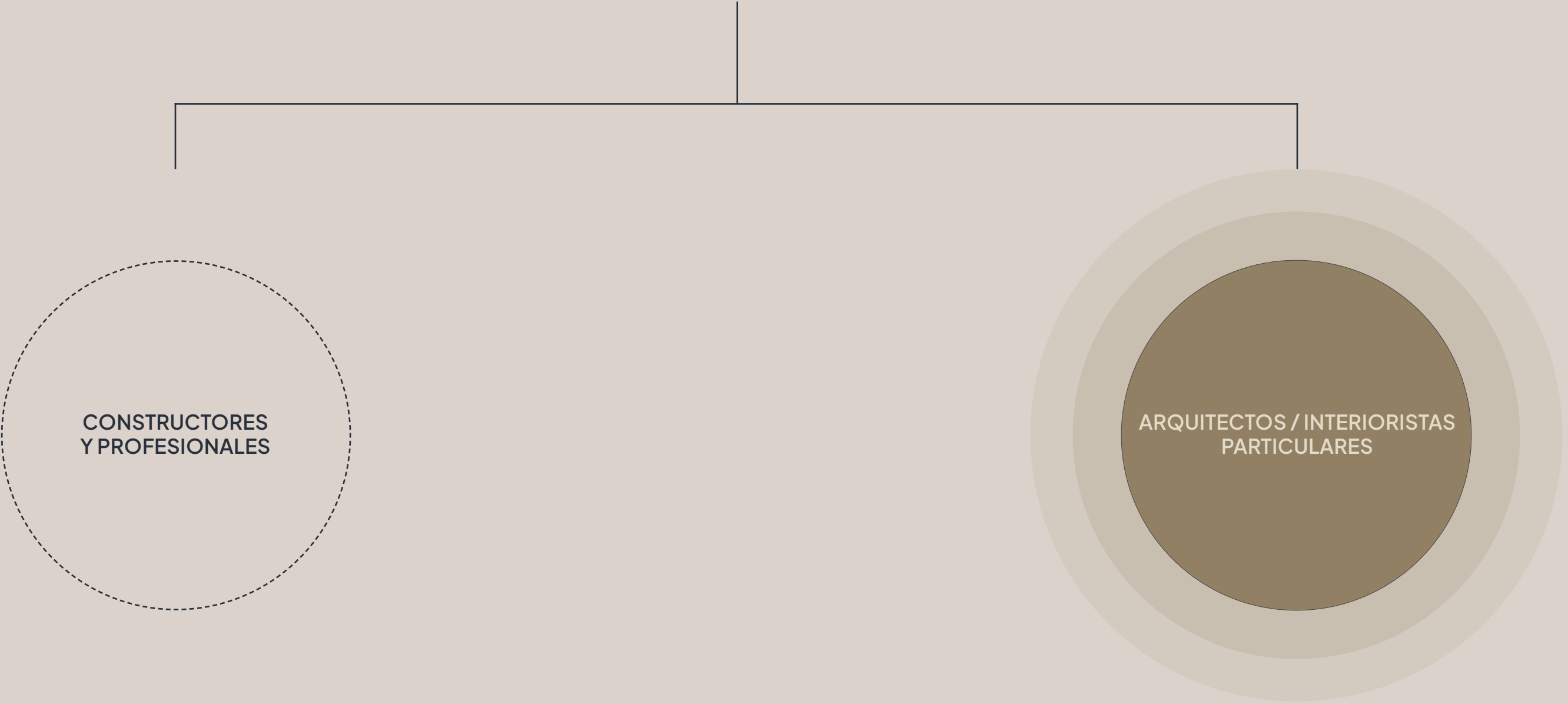


VESTUARIO

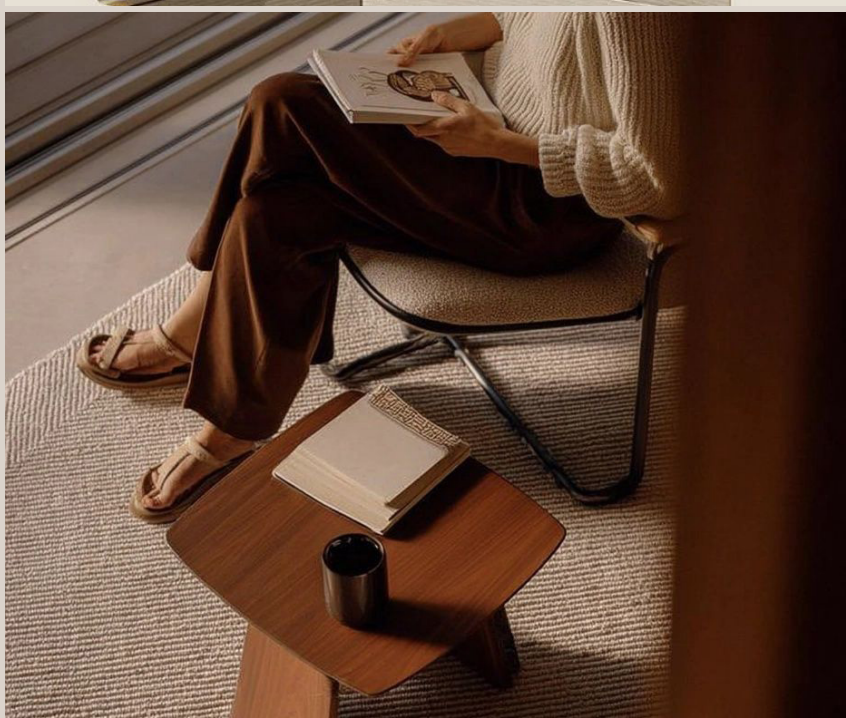


VEHÍCULO

UNA MISMA IDENTIDAD
PARA DOS TIPOS DE PÚBLICO



DIFERENTES ATRIBUTOS DE MARCA



LAVIN
DESIGN

LAVIN
DESIGN

LAVIN

LAVIN

LAVIN
DESIGN

LAVIN
DESIGN



BOLSAS - LAVIN DESIGN



PAPELERÍA - LAVIN DESIGN



CARPETA - LAVIN DESIGN

TIPOGRAFÍAS

Aa

ARCHIVO LIGHT

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa

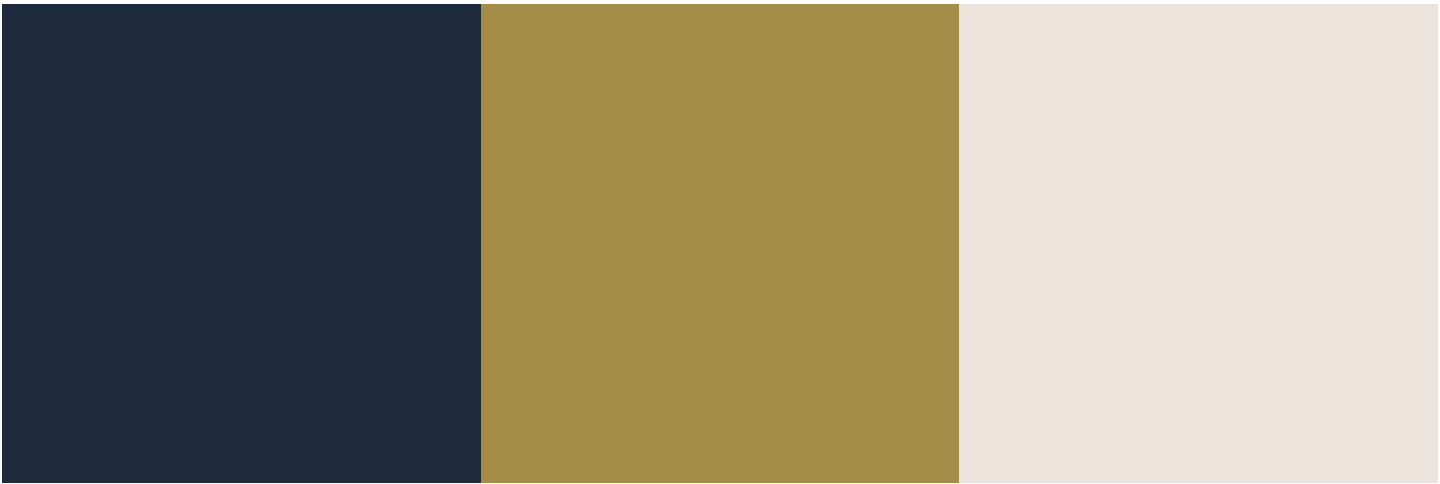
ARCHIVO MEDIUM

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

PALETAS CROMÁTICAS

LAVIN



CMYK 82 68 51 58
RGB 41 48 59
HTML #29303b

CMYK 21 29 78 23
RGB 175 148 65
HTML #af9541

CMYK 26 20 30 3
RGB 197 192 177
HTML #c5c0b1

LAVIN DESIGN



CMYK 26 23 33 5
RGB 194 184 167
HTML #c2b8a7

CMYK 38 39 56 24
RGB 145 128 100
HTML #918064

CMYK 0 0 2 0
RGB 255 254 250
HTML #fffefa

LAVIN