



NEVER STOP EXPLORING
BRAND BOOK



ROCIO GÓMEZ
LCI BARCELONA 2021



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

NUESTRA HISTORIA

LOGOTIPO

NUESTRA RESIDENCIA

NUESTRA PERSONALIDAD

TARGET

POSICIONAMIENTO

PRODUCTOS

NUESTROS ICÓNICOS

EVOLUCIÓN CON SUPREME

INSPIRACIÓN Y REFERENCIAS

IDENTIDAD DE MARCA

NUESTRA COMUNICACIÓN

NUESTRO SECRETO



The North Face tiene una visión conciente desde su fundación: proveer del mejor equipamiento a nuestros atletas y exploradores para que sigan explorando el mundo exterior. Además, promovemos el respeto por la naturaleza y la protección del planeta.

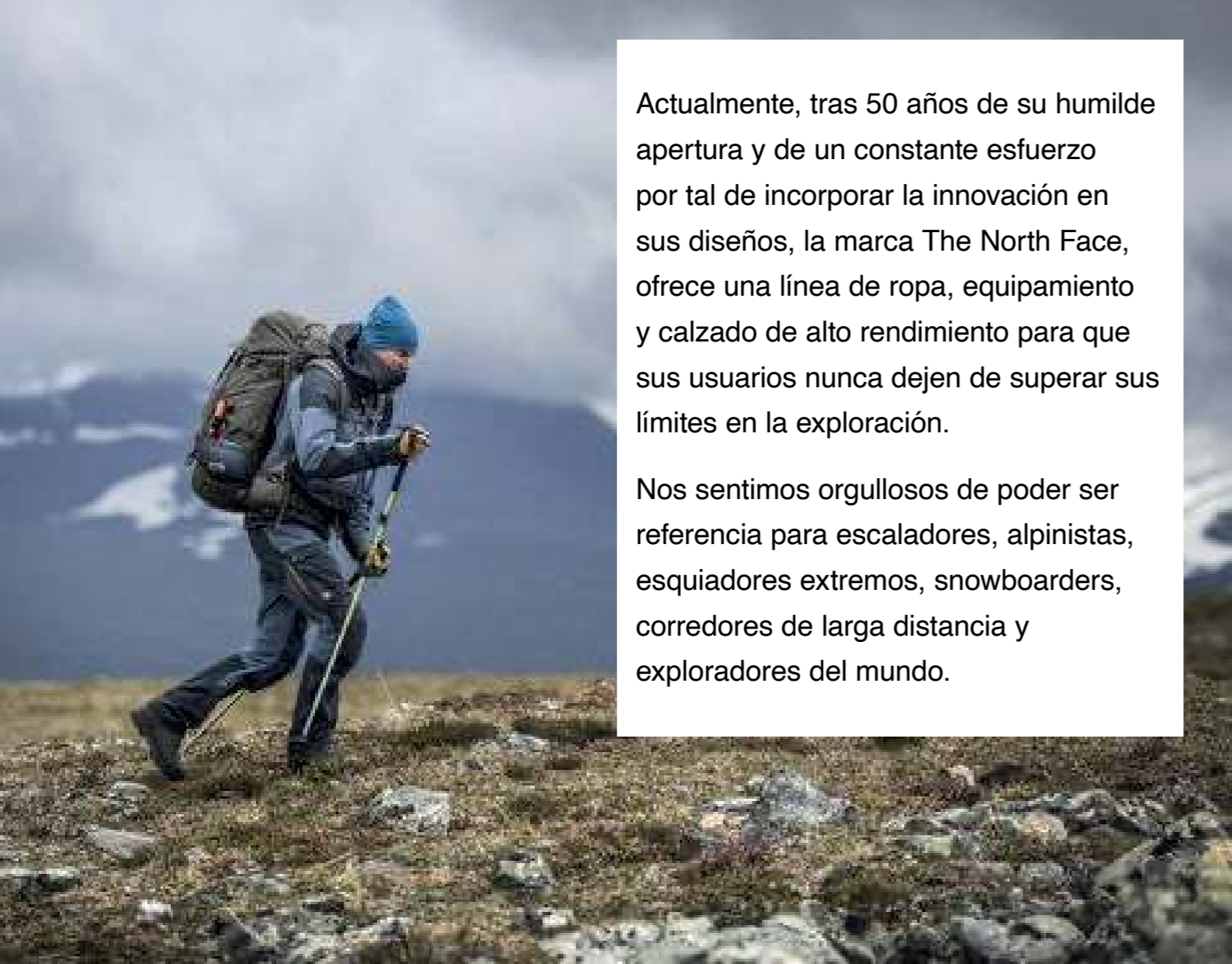
NUESTRA HISTORIA

La historia de The North Face, por atípico que resulte, empezó en una playa, concretamente en el barrio North Beach de San Francisco.

En el 1966 Douglas Tompkins y Susie Bell, amantes del senderismo, abrieron un pequeño negocio de montañismo motivados por su gran pasión. Ese primer local pasaría a ser The North Face, una tienda al por menor dedicada al equipamiento de alpinismo y de senderismo enfocado al alto rendimiento. Solo tres años después, en 1968, y tras mudarse a Berkeley, en San Francisco, la marca decidió empezar a fabricar sus propia línea de ropa y equipamiento técnico de montaña.

INTRODUCCIÓN





Actualmente, tras 50 años de su humilde apertura y de un constante esfuerzo por tal de incorporar la innovación en sus diseños, la marca The North Face, ofrece una línea de ropa, equipamiento y calzado de alto rendimiento para que sus usuarios nunca dejen de superar sus límites en la exploración.

Nos sentimos orgullosos de poder ser referencia para escaladores, alpinistas, esquiadores extremos, snowboarders, corredores de larga distancia y exploradores del mundo.

LOGOTIPO

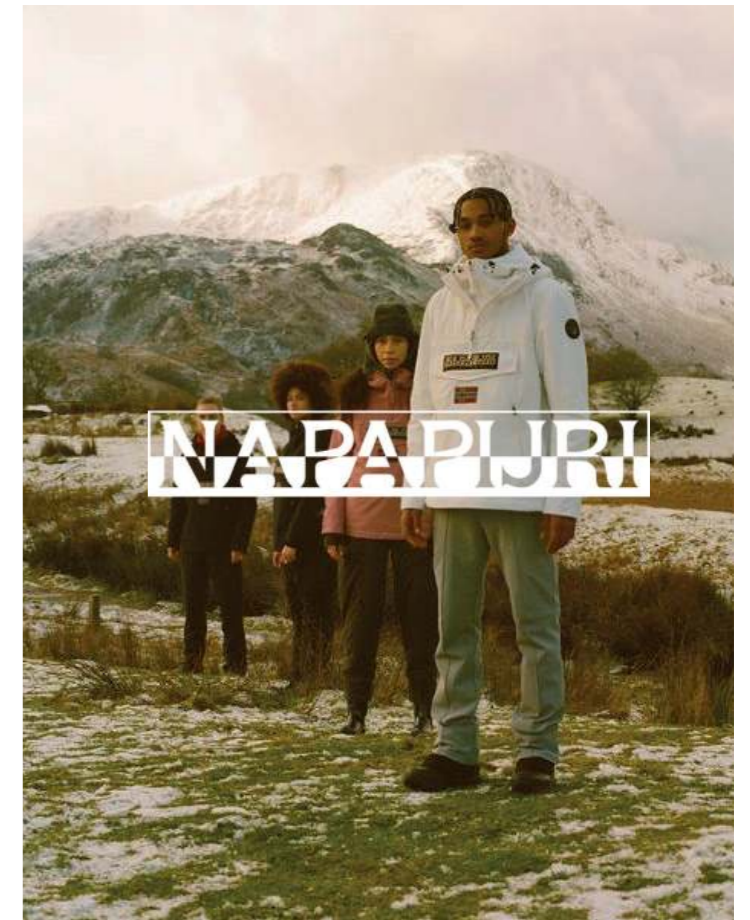
Nos llamamos así en honor a la cara más fría, dura e implacable de las montañas debido a la falta de sol. El logotipo fue diseñado por el californiano David Alcorn en 1971, siendo una interpretación de "Half Dome" situada en el Parque Nacional Yosemite.



NUESTRA RESIDENCIA

The North Face pertenece al grupo estadounidense VF Corporation.

La compañía cuenta con otras marcas tan competitivas en el mismo concepto de moda deportiva y urbana como Dickies, Eastpack, Jansport, Napapijri, Timberland, Supreme o Vans.



THE NORTH FACE SEGUIRÁ MANTENIENDO SU FIRME COMPROMISO
DE DESAFIAR LOS LÍMITES DEL DISEÑO PARA QUE TÚ PUEDAS
DESAFIAR LOS LÍMITES AHÍ FUERA



NUESTRA PERSONALIDAD



MISIÓN

Crear el mejor equipamiento para atletas y exploradores de hoy en día, apoyando la protección de la naturaleza y promoviendo un movimiento global de exploración exterior.

VALORES

Tecnología e innovación
Responsabilidad social
Sostenibilidad y respeto
Autenticidad
Premier
Técnico

VISIÓN

Reducir al mínimo nuestras emisiones contaminantes, producir menos desperdicios e inspirar a nuevas generaciones a conservar y cuidar el ambiente y nuestro planeta.

ESPIRITU

Es vital mantener un espíritu de explorador continuo, por lo que busca inspirar a sus clientes a nunca dejar de explorar y buscar nuevas aventuras o desafíos.

TARGET

Inicialmente, el consumidor ideal al que la marca quería enfocarse era en principio, sin discriminar en cuanto a sexo, aquel que fuese un apasionado de los deportes de alto rendimiento y resistencia al aire libre.



EXPLORADORES ESCALADORES ESQUIADORES CORREDORES ALPINISTAS

A medida que nuestra gama de productos ha crecido al largo del tiempo, se ha ido introduciendo más deportes extremos pero también más perfiles de comprador.

Dentro de este perfil global, se distinguen distintos perfiles más específicos según sus intereses y preocupaciones.

FAMILIAR

Quiere calidad y confianza en la marca para proveer productos de calidad a su familia. El estilo actual es de poca importancia y prioriza la relación calidad y rentabilidad de los productos adquiridos.



ARRIESGADO

Deportista extremo que quiere superar sus límites continuamente, por ello quiere la última tecnología incorporada en el producto para conquistar constantemente mayores extremos.



En los últimos años, la marca The North Face se ha trasladado al mundo urbanita, moda que ha provocado que la marca se haya considerado como producto de tendencia más que deportivo.

GORPCORE

Cada vez más gente quiere formar parte de este estilo "ugly". Es conocida como una tendencia antimoda, sus estampados no estaban pensados para combinar sino para adaptarse a momentos en el aire libre.

Los fashionistas que la visten, se consideran compradores inteligentes, ya que cumplen comodidad y funcionalidad. Y, sus estampados son más atrevidos para combinar con las estaciones del año.



THE NORTH FACE:
DE MARCA PARA MONTAÑEROS
A FIRMA FAVORITA DE LOS MODERNOS

POSICIONAMIENTO

PRACTICIDAD

JANSPORT

asics

patagonia

THE NORTH FACE

PRECIO BAJO

PRECIO ALTO

EASTPAK
U.S.A.

Supreme

NAPAPIJRI

VANS
"OFF THE WALL"

TENDENCIA



LA EVOLUCIÓN DE NUESTRO ENFOQUE SOBRE LA SOSTENIBILIDAD RADICA EN EL DISEÑO DE NUESTROS PRODUCTOS. SI SOMOS CAPACES DE HACER DE LA SOSTENIBILIDAD UN COMPONENTE FUNDAMENTAL DE TODO LO QUE DISEÑAMOS, ENTONCES PODREMOS EVOLUCIONAR HACIA LA FABRICACIÓN DE PRODUCTOS INNOVADORES QUE TENGAN UN EFECTO POSITIVO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOCIEDAD.

JAMES ROGERS, DIRECTOR DE SOSTENIBILIDAD

THE HIMALAYAN DOWN PARKA



PRODUCTOS

The North Face produce y diseña ropa pensando en un estilo unisex. Teniendo esto en cuenta, la página web se divide en las categorías de: hombre, mujer, niños, mochilas, duffels & tiendas. De este modo, el usuario podrá encontrar los productos de una forma más rápida y guiada.

NUESTROS ICÓNICOS

CHAQUETAS

Desde impermeables hasta chaquetas con rellenos. En función del deporte que vayamos a elegir. O, el estilo que queramos lucir.



TOPS

Tanto deportivo como de vestir se incluye todo tipo de forros polares, sudaderas, camisas y camisetas. Vestir en el día a día también es posible.



PANTALONES

Hay mucha variedad, desde aquellos enfocados a deportes externos hasta para entrenar en el gimnasio.



CALZADO

En su mayoría para caminar con alta resistencia, sobretodo para excursionistas o deportistas con menos impacto.



ACCESORIOS

Podemos encontrar todo tipo de productos: gorros, guantes, cascos o incluso bolsas de aseo.



MOCHILAS

Una categoría exclusiva para mochilas, ya que va desde senderimos, escolares hasta maletas de viaje.



DUFFELS Y TIENDAS

Todo lo necesario para pasar una noche fuera de casa pero para seguir sintiéndote a sano y salvo.



THE HIMALAYAN DOWN PARKA

Es un icónico de la marca, hay miles de combinaciones y colores. El éxito está asegurado, no habrá frío que te pare ni look que se te resista con The Himalayan Down Parka.

RETRO NUPSET PACKABLE JACKET

Desde sus inicios ha sido cotizada en el entorno urbano hasta las pistas de esquí. Es capaz de doblarse hasta entrar en su propio bolsillo. Ser previsor nunca ha resultado tan fácil.



DENALI JACKET

Tiene el mismo diseño y funcionalidad desde su creación. Se seca con rapidez, elimina el sudor y es cálida, ahora está confeccionada en forro polar de poliéster reciclado.

BASE CAMP DUFFEL

Todo un icono por una buena razón, se trata de una pieza de equipamiento en la que aventureros y viajeros de todo el mundo han confiado para llevar en sus viajes por el Himalaya o por la ciudad.



EVOLUCIÓN CON SUPREME

F/W 2007



S/S 2008



F/W 2008



S/S 2010



F/W 2010



F/W 2011



F/W 2011



S/S 2012



F/W 2012



S/S 2013



F/W 2013



S/S 2014



F/W 2014



S/S 2015



F/W 2015



S/S 2016



F/W 2016



S/S 2017



F/W 2017 I



F/W 2017 II



S/S 2018 I



S/S 2018 II



F/W 2018 I



F/W 2018 II



S/S 2019



F/W 2019 I



F/W 2019 II



S/S 2020 I



S/S 2020 II



F/W 2020 I

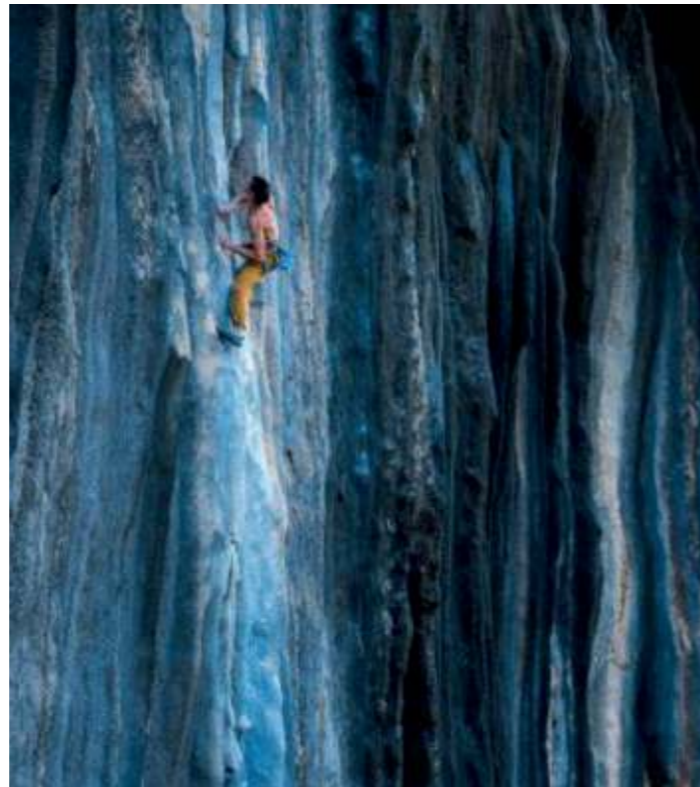


F/W 2020 II



S/S 2021 I





INSPIRACIÓN REFERENCIAS

IDENTIDAD DE MARCA



PAUTAS AL USAR EL LOGOTIPO

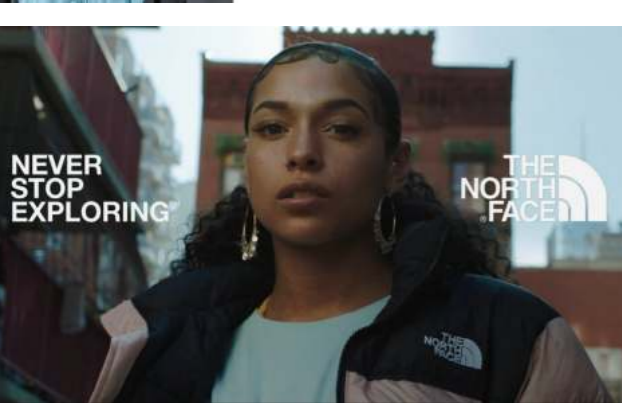
DEBE DE:

- Incluir el logo en el lado derecho de "The North Face"
- Incluir junto el logotipo el símbolo de marca registrada
- Si es posible incluir el mantra "Never Stop Exploring"
- Mantener las proporciones originales
- Colocar de manera visible frente cualquier fotografía

NO DEBE DE:

- Alterar los colores primarios (red #e73629);
única excepción colores secundarios (2a2a2a;343434;9a999a;ffffff;000000)
- Usar sombreado
- Separar la media cúpula del símbolo
- Modificar el logotipo de cualquier manera
- Delinear el símbolo
- Reducir su tamaño más de 75 píxeles

NUESTRA COMUNICACIÓN





**COLABORACIONES
INTERESANTES**



TECNOLOGIA



**MÁS QUE NUNCA,
PARA TODOS**



CALIDAD



BUEN ASPECTO VISUAL

NUESTRO SECRETO

