

# Iberdrola evoluciona el logo de su marca manteniendo sus valores de sostenibilidad e innovación

- *Apuesta por un lenguaje visual más sencillo, con colores sólidos que mejoran su visualización en medios digitales.*
- *El nuevo logo es un 50 % más ligero que el anterior, lo que supone reducir el consumo energético y agilizar la velocidad de descarga en webs y apps.*
- *Utiliza una tipografía más moderna con letras en minúsculas que transmiten mayor cercanía.*
- *La paleta de color mantiene el compromiso de Iberdrola con el planeta: la energía renovable, a través del verde; el agua y el viento con el color azul; y el sol, a través del naranja.*

---

Iberdrola ha presentado esta mañana una evolución de su identidad de marca diseñada para reflejar de forma tangible la realidad de una compañía sostenible e innovadora, líder mundial en energías renovables, que evoluciona con las necesidades de la sociedad.

Se trata de una evolución basada en su actual icono, muy reconocible, que actuará como nexo de unión entre todos los países en los que opera la compañía y que se implementará en una primera fase digital para, poco a poco, ir adaptándose a los formatos físicos.



La evolución de la identidad responde a una necesidad de adaptación a un mundo cada vez más digital. Aunque tiene el propósito de mantener el origen, la esencia y los valores de la marca - con un isotipo muy reconocido entre clientes y público en general de nuestro país - permitirá una aplicación más sencilla a todos los formatos y soportes.



## Una marca más sostenible

La evolución de la identidad está pensada para crear una marca más sostenible, digital, cercana y moderna. El compromiso por la sostenibilidad es una de las señas de identidad de Iberdrola y forma parte de su origen desde que se creó hace más de 170 años, anticipándose a las necesidades energéticas de la sociedad y transformándose para encontrar soluciones que preserven el medio ambiente para las generaciones futuras.

El cambio en su identidad viene a reforzar la ambición de Iberdrola por continuar posicionándose como una marca que sigue siendo pionera en su compromiso intacto con la descarbonización de la sociedad y con el bienestar de todas las personas.

Con la evolución, la marca evidencia el ADN sostenible de la compañía y representa más fielmente lo que Iberdrola es: un actor fundamental en la electrificación de la economía que busca inspirar a la sociedad en la necesidad de cuidar y devolver al planeta lo que nos ha dado. Y una marca que avanza y va siempre un paso más allá, persiguiendo objetivos cada vez más ambiciosos, como alcanzar las emisiones neutras en el año 2030, apoyando así uno de los ODS más importantes.

La nueva versión del logotipo evoluciona su versión anterior para facilitar su aplicación, generando mayor contraste y mejor visualización en medios digitales, lo que se traduce en un lenguaje visual más sencillo, utilizable y accesible.

Más moderno, en minúsculas, el logotipo mejora la legibilidad y aporta cercanía a la marca. Además, debido a su sencillez, el nuevo logotipo es un 50 % más ligero, lo que garantiza un consumo energético

menor, una velocidad de descarga más ágil y, consecuentemente, un ahorro de energía, costes y tiempo.

También el resto de recursos han sido conceptualizados para mejorar la aplicación de la marca y contribuir a la reducción de la huella de carbono, implicar un menor consumo de energía y favorecer un uso y unas normativas de aplicación de diseño más simplificados que ayuden en su implementación, desde el ecodiseño, hasta la elección de materiales, la reducción de residuos, el ahorro energético o la producción local.

La paleta de color escogida representa la visión del mundo de Iberdrola y su compromiso con el planeta, favoreciendo la asociación de la marca con tres elementos clave de su propuesta de valor: la energía renovable, a través del verde; el agua, con el color azul; y el sol, a través del naranja.

Es relevante también la nueva familia tipográfica elegida, IberPangea, variable, más eficiente y legible, diseñada para funcionar de manera eficaz tanto en el mundo digital como a nivel offline.

Todo ello conforma una identidad visual más actual, que subraya y transmite de forma inequívoca el espíritu de optimismo e innovación que caracterizan a la compañía, pero que también mantiene la esencia de lo que siempre ha sido Iberdrola.

La evolución de la marca se llevará a cabo de forma sostenible y la sustitución del logotipo se irá realizando en base a criterios económicos y de sostenibilidad, ya que las marcas están pensadas para poder convivir en el tiempo y en el espacio todo lo que sea necesario.