



Iberia estrena nueva imagen, símbolo de una nueva etapa y de su plan de futuro

El nuevo logo contribuirá de forma significativa al objetivo de lograr una Iberia más fuerte, moderna y competitiva

El 14 de diciembre ha cumplido la compañía 86 años



Antonio Vázquez, presidente de IAG e Iberia; Marco Sansavini, director comercial y Luis Gallego consejero delegado de la compañía.

Iberia está de estreno. La compañía el pasado 15 de octubre presentó su nueva imagen, en la que el color rojo resulta aun más protagonista y con la que Iberia quiere resaltar los valores que sirven de cimiento de la nueva Iberia, mucho más dinámica y centrada más que nunca en la satisfacción del cliente, una compañía en la que el talento y el empuje se destaquen en cada uno de los elementos que la componen.

La presentación corrió a cargo de: Antonio Vázquez, presidente de IAG e Iberia, Luis Gallego, consejero delegado de Iberia, y Marco Sansavini, director Comercial. La nueva imagen de Iberia es uno de los elementos más destacados y símbolo del plan de transformación que la compañía ha puesto en marcha hace

unos meses, y contribuye de forma significativa al objetivo esencial de este plan de futuro de la compañía: lograr una Iberia fuerte, moderna, competitiva y protagonista en el sector aéreo. Iberia ha decidido lanzar la nueva marca en un momento en el que el plan de transformación de la compañía comienza a dar sus frutos.

El consejero delegado, Luis Gallego, señaló durante la presentación de la nueva imagen que "no se trata sólo de cambiar el logotipo de la compañía, sino que la nueva imagen va más allá, llegará a cada uno de los rincones de Iberia: el cambio se reconocerá en todos los productos que ofrecemos y en el servicio que prestamos a nuestros clientes".

La elaboración de la nueva estrategia de marca es fruto de un exhaustivo proceso de investigación en el que se ha recabado la opinión de cerca de 9.000 personas entre empleados y clientes.

Con la nueva imagen cobran protagonismo los colores de la bandera española, sobre todo el color rojo, símbolo de la vitalidad, expresividad, arte y carácter españoles. Además, se ha diseñado un nuevo símbolo que evoca las iniciales de la compañía y sugiere agilidad, dinamismo y confort. El nuevo universo de la marca, será implementado paulatinamente durante los próximos meses en todos los puntos de contacto de la aerolínea con sus clientes y empleados.



La nueva sede social de la compañía.