



## ***Motori - Auto: Jaguar rinnova la sua brand identity e inizia una nuova era***

**Roma - 19 nov 2024 (Prima Notizia 24) Un brand interamente trasformato, che riprende l'etica del Copy Nothing e che affonda le sue radici nelle parole del suo fondatore, Sir William Lyons.**

Con la presentazione della brand identity interamente rinnovata, inizia una nuova era per Jaguar. La trasformazione di Jaguar riprende l'etica Copy Nothing di unicità e originalità del fondatore Sir William Lyons. La trasformazione di Jaguar è definita dall'Exuberant Modernism, una filosofia creativa che sottende tutti gli aspetti del nuovo mondo del brand Jaguar. Questa filosofia si affida ad un design audace, ad un pensiero inaspettato e originale, in grado di dare vita ad un carattere del marchio che cattura l'attenzione attraverso un'indomita creatività. "Jaguar affonda le sue radici nell'originalità. Sir William Lyons, il nostro fondatore, riteneva che "Una Jaguar deve essere una copia di nulla". La nostra attuale visione di Jaguar prende forma da questa filosofia. Jaguar è un brand rinnovato che è stato costruito intorno al concetto di Exuberant Modernism. È geniale, audace e artisticamente valido in ogni suo aspetto. È unico e impavido, fearless. Quella attuale è una re-immaginazione che recupera l'essenza di Jaguar, riportando il brand ai valori che l'hanno reso così tanto amato, rendendolo al contempo attuale per un pubblico contemporaneo. Stiamo creando il nuovo brand per il futuro, ripristinando il suo status di marchio che arricchisce la vita dei nostri clienti e della comunità Jaguar", dichiara il Prof. Jerry McGovern Obe, Ceo di Jaguar. Quella che sarà la nuova era di Jaguar inizia con la presentazione della nuovissima brand identity del marchio, che ne ridefinisce l'unicità del carattere attraverso un nuovo e spettacolare linguaggio visivo. Il significato è incorporato in ciascuno dei quattro punti cardine del cambiamento, che riflettono i valori del marchio e offrono spunti sul prossimo futuro. La nuova identità del marchio Jaguar è il suo lettering. È una potente celebrazione del modernismo attraverso forme geometriche, simmetria e semplicità, che mostra qualcosa di inaspettato fondendo, senza soluzione di continuità, caratteri maiuscoli e minuscoli in armonia visiva. Questa audace grafica lineare genera una presenza inconfondibile e un'immagine immediatamente riconoscibile per Jaguar, risultando impattante attraverso l'emulazione e l'ordinario. L'utilizzo esuberante del colore è una pietra miliare della nuova brand identity del marchio Jaguar, incorporata nei suoi valori e nella sua associazione con l'arte. Colori primari come il giallo, il rosso e il blu, provenienti dalla tavolozza del pittore, sono i veri mattoni tonali che verranno declinati mediante texture o movimenti cromatici. Il rinnovato "leaper" Jaguar è il suo prezioso marchio di provenienza. Sempre proiettato in avanti, rappresenta l'eccellenza e il segno distintivo del brand. Il monogramma è un codice espressivo e un segno di un'opera compiuta. Verrà utilizzato come rifinitura o tocco finale. Il 2 dicembre 2024, alle ore 20:00 (U.S. EST), in occasione della Miami Art Week, Jaguar presenterà "Copy Nothing", la prima installazione pubblica globale per il suo nuovo marchio, che includerà la manifestazione fisica della sua

filosofia creativa Exuberant Modernism attraverso la Design Vision Concept. Questa rappresentazione spettacolare, inconfondibile e sorprendente del reale significato di "Copy Nothing" sarà un'anticipazione dell'impavido approccio che caratterizzerà Jaguar nel futuro. La presenza di Jaguar a Miami sancirà il suo sostegno all'espressione artistica, in tutte le sue forme. Attraverso una serie di spazi espositivi meticolosamente progettati in due diverse location, Jaguar condividerà la sua piattaforma con nuovi e innovativi artisti emergenti che condividono la sua etica di Copy Nothing. "Per riportare in auge un marchio così rinomato a livello mondiale dovevamo essere impavidi, fearless. Jaguar ha sempre dato il meglio di sé quando ha dovuto sfidare le convenzioni. Questo dogma è riscontrabile oggi nella nostra nuova brand identity e sarà ulteriormente svelato nei prossimi mesi. Siamo dinanzi ad un completo reset. Jaguar si trasforma per recuperare la sua originalità e ispirare una nuova generazione. Sono entusiasta che il mondo veda finalmente la nuova essenza di Jaguar", dice l'Ad Rawdon Glover.

*(Prima Notizia 24) Martedì 19 Novembre 2024*