

Nota de prensa

Telefónica presenta una nueva imagen corporativa que proyecta su transformación digital y tecnológica

- El nuevo logo, compuesto por cinco círculos, rescata y evoca el creado en 1984, para reconocer el legado de la compañía, y lo adapta y lo simplifica para proyectar su futuro, con una clara apuesta por la tecnología y los entornos digitales.
- “Esta nueva identidad refleja una nueva Telefónica preparada para los próximos 100 años”, afirma el presidente de la compañía, José María Álvarez-Pallete.

Madrid, 23 de abril de 2021. Telefónica ha presentado este viernes, en el transcurso de la Junta General de Accionistas, una nueva identidad corporativa que refleja la nueva Telefónica resultante del plan estratégico presentado en noviembre de 2019. Esta hoja de ruta se ve fortalecida ahora por una imagen que captura el liderazgo, el potencial y la visión de futuro de la compañía.

El cambio de logo constituye un paso más en el proceso de transformación en el que el Grupo viene trabajando en los últimos tiempos, con el objetivo de proyectar una Telefónica más moderna, flexible y digital. El anterior logotipo llevaba vigente desde 1998 y la idea de crear una nueva imagen responde precisamente al deseo de querer expresar visualmente la transformación y el liderazgo de Telefónica en los últimos tiempos, evidenciados en ejes tan relevantes como el masivo despliegue de fibra óptica, la configuración de un modelo más sostenible y diversificado, la implantación de la red 5G, el aprovechamiento y la puesta en valor de las infraestructuras de telecomunicaciones o la proliferación de nuevas soluciones tecnológicas para propiciar una digitalización justa e inclusiva al alcance de todos. Con el nuevo logotipo, la identidad de la compañía refleja ya la nueva Telefónica.

Una imagen diferencial, pero reconocible

Al mismo tiempo que proyecta esta realidad, la nueva identidad también es heredera del legado de una compañía casi centenaria, puesto que Telefónica acaba de cumplir 97 años. Por ello, se trata de un logotipo diferencial pero reconocible, ya que rescata y evoca el creado en 1984, anunciado igualmente en la Junta de Accionistas celebrada ese año.

Ahora, ese logo es simplificado y modernizado para adaptarlo a los nuevos tiempos, con el fin de generar una expresión de marca que conecte con la sociedad actual, con los clientes empresariales y con los distintos públicos a los que la compañía se dirige. Una imagen que encaja, además, con la misión de Telefónica, que sigue firme en su propósito de “hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas”

Telefónica, S.A.

Dirección de Comunicación Corporativa

Tel: +34 91 482 38 00 email: pressatelefonica@telefonica.com

saladeprensa.telefonica.com

Lleno de simbolismo

El logotipo, vigente desde hoy en todos los países en los que Telefónica opera, está compuesto por cinco círculos que, como en el caso de su predecesor, configuran la letra 'T', distintiva de Telefónica. En este caso, más estilizada, ágil y moderna, pero honrando al mismo tiempo la historia de la compañía. Su uso se extenderá a las áreas que utilizan la marca Telefónica como Telefónica Tech, Telefónica Empresas o Fundación Telefónica.

El emblema está conformado por cinco esferas por el especial simbolismo que este número tiene para el Grupo. Primero, porque se trata del quinto logo en la historia de la compañía. Segundo, porque cinco son los pilares en los que pivota el plan de acción de la nueva Telefónica. Y tercero, porque cada círculo representa cada una de las 'T' que constituyen las señas de identidad de la compañía: telecomunicaciones, tecnología, transformación, talento y trascendencia.

“Esta nueva identidad refleja de dónde venimos, porque vertebramos las sociedades desde las telecomunicaciones. Refleja hacia dónde vamos, al ser una compañía cada vez más tecnológica y que quiere ser protagonista del mundo que viene. Refleja el ADN de la compañía, que es de innovación y continua transformación. Refleja el alma de la empresa, que es el talento de los profesionales que impulsan el presente y futuro de la compañía. Y refleja la trascendencia de todo lo que hacemos, de nuestro propósito”, valora el presidente de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, en referencia a cada una de esas cinco 'T'. “En definitiva, esta nueva identidad refleja una nueva Telefónica, preparada para los próximos 100 años y será el faro que nos guíe en este rumbo que ya hemos emprendido”, concluye el presidente.

La nueva identidad recoge de este modo la apuesta de Telefónica por la tecnología y los entornos digitales. Este es el motivo por el que se ha elegido un color azul para la imagen corporativa, puesto que desprende modernidad y tecnología, y por el que se ha generado una nueva tipografía, Telefónica Sans, totalmente pensada y optimizada para los entornos digitales.

La nueva identidad corporativa ha sido desarrollada por el equipo de Marca de la compañía con el apoyo de Lambie Nairn, consultora de branding de WPP, que viene trabajando con Telefónica desde hace más de 10 años y ha participado en las actualizaciones de la identidad de nuestras marcas O2, Movistar y Vivo en los últimos tiempos. Su profundo conocimiento de la compañía y de las marcas comerciales en las distintas geografías y negocios ha sido clave para reflejar la nueva Telefónica en la identidad corporativa.

Telefónica, S.A.

Dirección de Comunicación Corporativa

Tel: +34 91 482 38 00 email: prensatelefonica@telefonica.com

saladeprensa.telefonica.com