

CONTACT PRESSE EN FRANCE:

Mélissa TKAC

Schuss Relations Publics

Tél. +33 (0)4 58 00 52 38

melissa.tkac@schuss-rp.fr



Gregory dévoile son nouveau logo avec sa collection Printemps 2015

Oudenaarde, Belgique (le 1^{er} février, 2015) – Le printemps 2015 verra beaucoup plus que le lancement d'une nouvelle gamme de sacs à dos. En effet, le printemps 2015 sera l'étape définitive dans la modernisation de la marque Gregory.

Gregory introduira à cette occasion un nouveau logo englobant toute sa gamme de produits. Une simple ligne continue reflète le design épuré de chaque produit Gregory, le logo démontrant l'évolution permanente de l'entreprise, son envie de regarder vers l'avant sans jamais perdre de vue sa mission d'origine et ses valeurs fondamentales de confort, de qualité et de finition. Ce changement de logo arrive dans la foulée du lancement du nouveau site web Gregory et le développement d'une plus large présence sur les réseaux sociaux, le tout accompagnant la refonte des sacs emblématiques Baltoro et Deva.

« Le coeur de toute marque qui se respecte est son logo, et nous n'avons pas souvent changé le notre, proclament les responsables de marketing chez Gregory. « Nous avons longtemps pesé les pour et les contre d'un changement et au bout de deux années de développement, nous pouvons vous assurer que nous sommes fiers d'orner nos sacs de ce nouveau logo. Moderne d'aspect, il embellit nos sacs, et nous sommes convaincus qu'il permettra une identification positive de la marque Gregory auprès de tous nos clients. »

Fondée en 1977 par Wayne Gregory, la marque emblématique de Gregory n'a connu que trois logos différents en 35 années dédiées à la production des meilleurs sacs à dos du monde. Le premier logo de Gregory Mountain Products, portant la mention "San Diego", est une expression de la mission principale de la marque, la création des sacs à dos les plus agréables à porter. Évoquant les montagnes de la Californie par des simples formes géométriques, le logo d'origine a subi des modifications depuis ses débuts – de la version cinglante des années 80 à la vague abstraite mais expressive des années 90 et 2000 – mais malgré ces évolutions, il ne s'est jamais très éloigné du concept original.



1977-1983



1984-1993



1994-2014

CONTACT PRESSE EN FRANCE:

Mélissa TKAC

Schuss Relations Publics

Tél. +33 (0)4 58 00 52 38

melissa.tkac@schuss-rp.fr



À propos de Gregory Mountain Products

Depuis 38 ans, Gregory est au premier plan du marché des équipements d'expéditions, de randonnées pédestres, de promenades et de voyages. Reconnue dans le monde entier pour la résistance, le confort et les normes de performance de tous ses produits, la société Gregory a été de nombreuses fois récompensée pour le design de ses sacs, par divers organes de presse tels que les magazines américains Outside, Backpacker, Popular Science, Men's Journal, Consumers Digest et Alpinist, ainsi que la chaîne de télévision américaine National Geographic Adventure. À l'origine de nombreuses innovations industrielles dans le domaine du design et de la conception de sacs à dos, l'équipe de recherche et de développement de Gregory continue à donner l'exemple en matière de technologie et de performance innovantes dans la conception de sacs à dos. Gregory fonctionne de manière indépendante au sein du groupe Samsonite.

Pour plus d'informations, visitez www.gregorypacks.com.