SPRINGFIELD

SPRINGFIELD REGRESA A SUS RAÍCES RECUPERANDO SU ICÓNICO LOGO DE ÁRBOL

Un símbolo que refleja un conjunto de valores que se han adaptado a los acontecimientos y que representan un producto de calidad.

Ciudad de México a 18 de febrero de 2020 - Springfield, la firma española de *casualwear* recupera su icónico logo de árbol, el cual estará presente a partir de la temporada primavera/verano 2020, teniendo presencia en todos los ámbitos de la marca. Este símbolo, de naturaleza longeva y robusta, refleja los valores que la marca ha construido desde su nacimiento en 1988 y cómo estos se han adaptado al paso de los años, para ser fieles al ADN contemporáneo de la marca.

Nacida como una marca de calidad para hombres y mujeres, **Springfield** tiene hoy una gran escala global con tiendas en más de 70 países, así como su plataforma myspringfield.com.

La firma es auténtica, ya que democratiza la calidad mediante la funcionalidad de sus íconos; es inclusiva, con un producto que permite a los consumidores expresarse como lo deseen; también es activa, con más de dos millones de seguidores en sus redes sociales y más de 11 millones en su Club **Springfield**; y natural, ya que se enfoca en las necesidades del consumidor actual, logrando un verdadero cambio en la responsabilidad social en cuanto al medio ambiente.

Todos estos valores acompañan las nuevas propuestas de **Springfield** para esta temporada, y conectan con el regreso a sus raíces. Desde su compromiso por la sostenibilidad a través de su línea *R[ECO]NSIDER*, que en 2020 tendrá 5.5 millones de prendas a través de iniciativas que promueven el uso de de fibras naturales y recicladas, o su programa H2O –basado en el ahorro de agua y energía mediante tecnologías láser y ozono en los procesos de acabado del *denim*–; su etiqueta *LINEN COLLECTION* –enfocada en un tejido natural que asocia tradición y conocimiento técnico–; o sus colecciones de polos y vestidos, categorías de productos contemporáneos que se actualizan frecuentemente.

“Estas son las apuestas que desde **Springfield** impulsaremos en esta temporada, categorías que estarán protagonizadas por perfiles digitales conectados con cada uno de los productos y su concepto. Además, contaremos con amigos de la marca que refuerzan una estrategia pensada 100% digital con un contenido creativo de calidad”, comenta Rosario Treviño, directora de marketing de **Springfield**.

Con todo esto, esta primavera será el inicio de una nueva etapa para **Springfield**, marcada por el icónico logo de árbol, con el que inició su trayectoria, construyó los valores que la representan y con el que se ha adaptado para ser referente en el mercado.

SPRINGFIELD

Para más información ingresa a: http://pressroom.myspringfield.com/ (Login: press y contraseña: Springfield).

###

SOBRE SPRINGFIELD
La cadena Springfield cuenta con una red comercial de 900 puntos de venta en más de 70 países y pertenece a Tendam, una de las principales compañías europeas del sector moda especializada en el segmento premium mass market y presente en 90 países con más de 2.000 tiendas a través de sus cinco marcas: Cortefiel, Pedro del Hierro, Springfield, Women'secret y las tiendas outlet Fifty.

Más información disponible en www.tendam.es

Siguenos en:

Instagram:
https://www.instagram.com/springfieldmw/

Facebook:

https://www.facebook.com/Springfield/

Youtube:
https://www.youtube.com/user/myspringfield

Contacto de prensa:

Another Company
Fernando Esquivel, Account Executive
(+52) 6392 1100 | fernando.esquivel@another.co

Alejandro Cerecedo, Sr. Account Executive
(+52) 22 2616 7493 | alejandro.cerecedo@another.co