



LOREAK MENDIAN

BRAND STRATEGY

CHANGE PRIORITIES TERNUA GROUP

En Ternua Group nos mueve el propósito de contribuir a que siga girando el ciclo de la vida: proteger, crear, avanzar, retornar.

Tenemos un compromiso con nuestros orígenes, nuestro entorno y nuestra gente. Y un reto: innovar, crear futuro y la ambición de ser mejores.

Aspiramos a ser una voz referente en innovación tecnológica sostenible.

Creemos que ser original, innovador, comprometido y valiente no es una opción, es una actitud en la que el cómo importa más que el qué. El planeta no es una opción, es una prioridad.

Marcas

Ternua



Ternua es la marca que viste a aquellas personas de alma aventurera y espíritu outdoor que buscan conectar con la naturaleza.

Loreak Mendian



Prendas y accesorios multifuncionales y sostenibles para actividades Outdoor, que protegen a las personas y al planeta

Astore



Ropa deportiva funcional y de calidad para aquellos que saben vivir con deportividad de manera positiva, saludable y honesta.

Lorpen

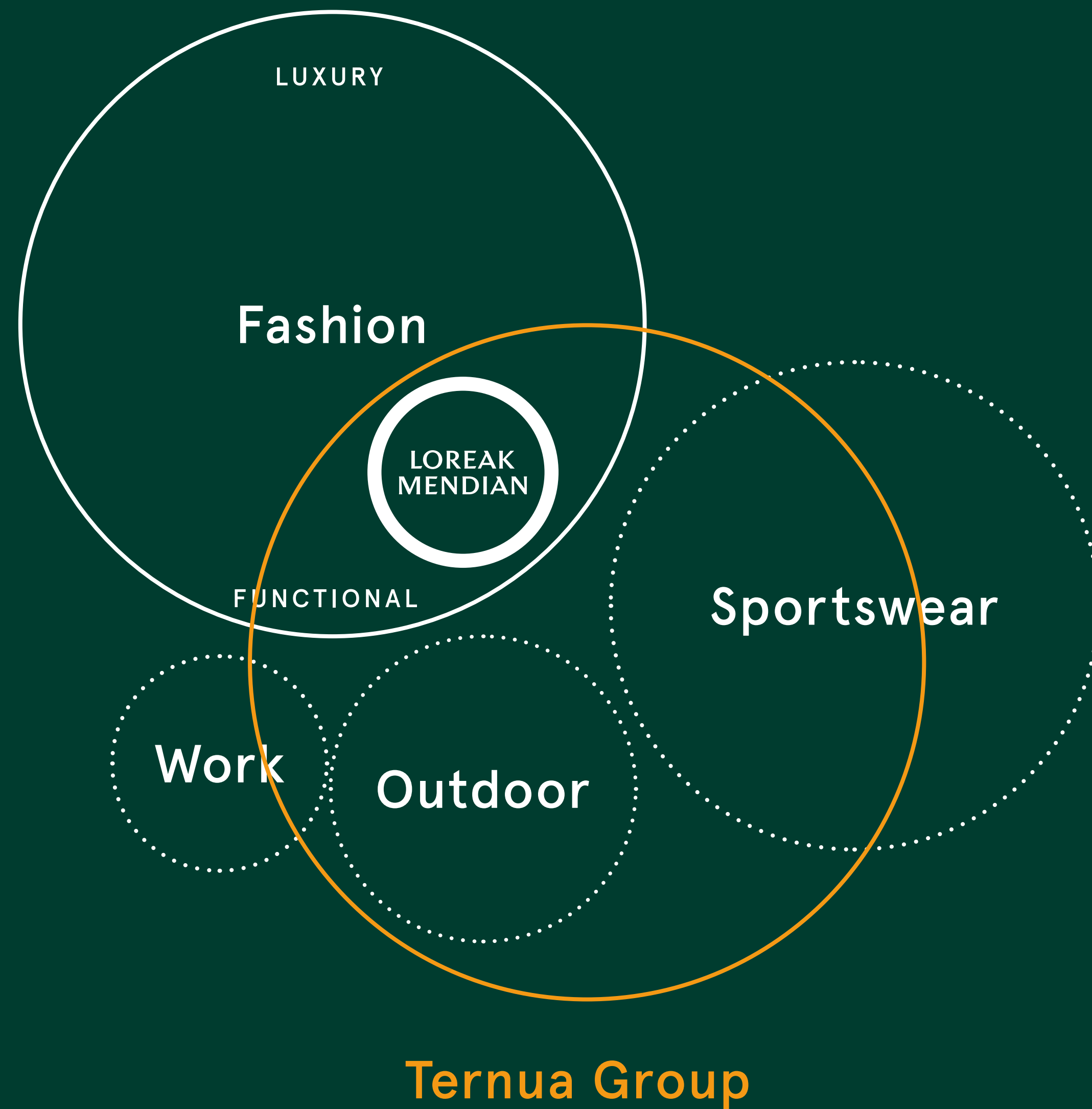


Calcetines técnicos diseñados y fabricados de manera sostenible en los Pirineos para actividades Outdoor.

Ternua Workwear



Ternua Workwear es la marca para las compañías que protegen a sus trabajadores continuamente expuestos al aire libre.



Valores

CREATIVE MINDSET

ART & MUSIC

FUNCTIONAL DESIGN

DESIGN & ARCHITECTURE

TIMELESS CARE

ROOTS & IDENTITY

SMART—URBAN

SUSTAINABILITY & MOBILITY

Target



TS THE TRENDSETTER

+sofisticado

Quiere lo último, lo mejor, una estética que le diferencie y le distinga e identifique.

QUIÉN ES

Poder adquisitivo alto.
Profesión liberal con tiempo libre.
Pertenece (o pretende) a la élite.
Influencer, referencia en su ámbito.
Modern@, valiente y exclusiv@.
En forma, ciudad@, atlétic@.



SW THE SMARTWATCH

+técnico

Quiere beneficios tangibles, funcionalidad y calidad pero, con gusto. También quiere datos técnicos y un lenguaje especialista.

QUIÉN ES

Poder adquisitivo alto.
Profesional bien posicionado.
Ritmo de vida exigente.
Mucha movilidad, viajero frecuente.
Elegante, ciudad@, eficiente.
Deporte siempre que puede.



SF THE SOULFINDER

+motivador

Quiere que la marca comulgue con sus valores y filosofía. Un compromiso ético y un compromiso, tanto a la marca como a él/ella.

QUIÉN ES

Poder adquisitivo medio-alto.
Acomodado (trabajo no prioritario).
Mente inquieta, comprometida y curiosa.
Cosmópola, viajera, original.
Tribal, identitari@, creativ@.
Deporte para body&mind.

Segmentación

	EDGE	FLITE	EVERYDAY	ACCESSORIES	Loreak Mending LAB
HYPE Diseño moderno, exclusivo, (cápsulas)	TRENDSETTER Diseño Tecnicidad Precio		SOUL FINDER TRENDSETTER Diseño Tecnicidad Precio	Línea que abarcará todos esas piezas suplementarias que complementarán los looks en su estética y reforzarán los conceptos de funcionalidad y tecnología en la marca.	Por primera vez en su historia Loreak Mending contará con un laboratorio de ideas. Un segmento de la colección del que surgirán nuevas tecnologías y proyectos singulares aplicados a prenda como RedCycle, WearCycle etc. además de posibles colaboraciones con marcas y proyectos que hagan del carácter de la firma algo más rotundo si cabe.
SMART Diseño funcional menos arriesgado	SMARTWATCH Diseño Tecnicidad Precio	SMARTWATCH Diseño Tecnicidad Precio	SOUL FINDER TRENDSETTER Diseño Tecnicidad Precio		Esta línea será transversal en todos los segmentos y estilos.
CORE Diseño más sencillo			SOUL FINDER Diseño Tecnicidad Precio		



La cantidad de círculos indica **amplitud** (uds. venta) de colección y la cantidad de gris el grado de **continuidad**

Sostenibilidad

RESPONSABILIDAD

En promedio, más del 80% del impacto de un producto (textil y complemento) es por los materiales con los que está fabricado.

COMPROMISO

La selección de los materiales y accesorios para cada producto es una parte esencial de la estrategia ambiental de TERNUA GROUP.
¿El objetivo? Productos duraderos y de alto rendimiento, pero que ante todo sean inofensivos para las personas y el medio ambiente.

En 2007, introdujimos un estándar interno de diseño sostenible que nos permite guiar y respaldar el progreso de nuestros equipos en el desarrollo de los productos llamado COMMITMENT y que ahora es utilizado por todas las marcas del grupo.

Sostenibilidad

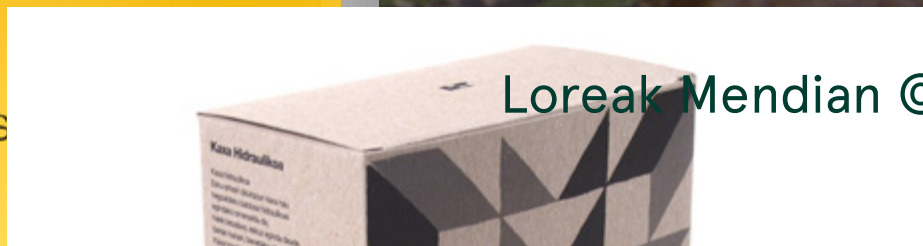
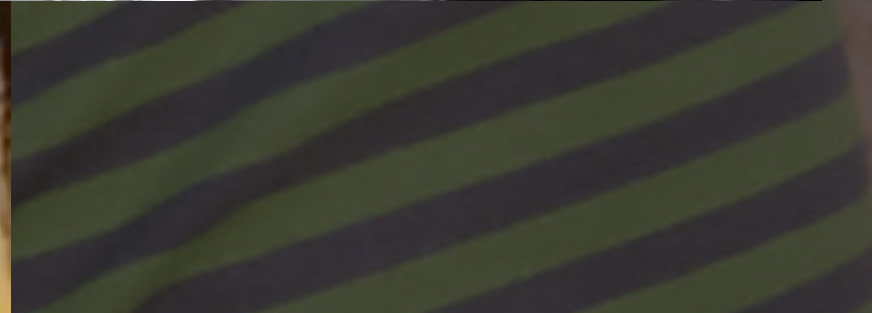
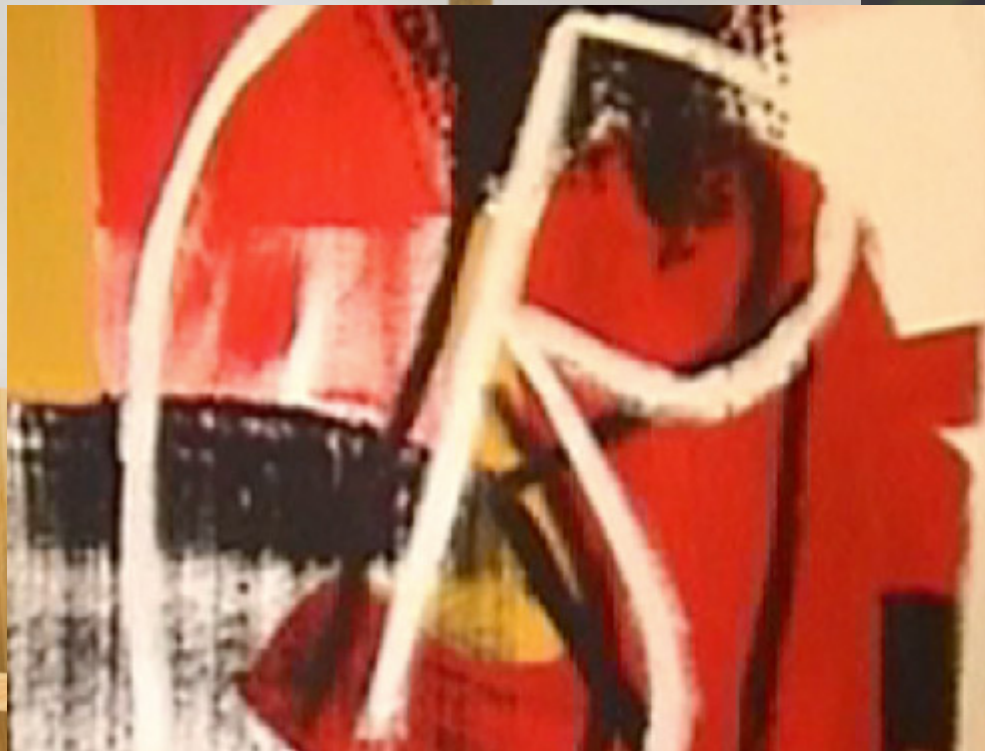


LOREAK MENDIAN

Más de 25 años en el mundo del Street Wear

LOREAK MENDIAN

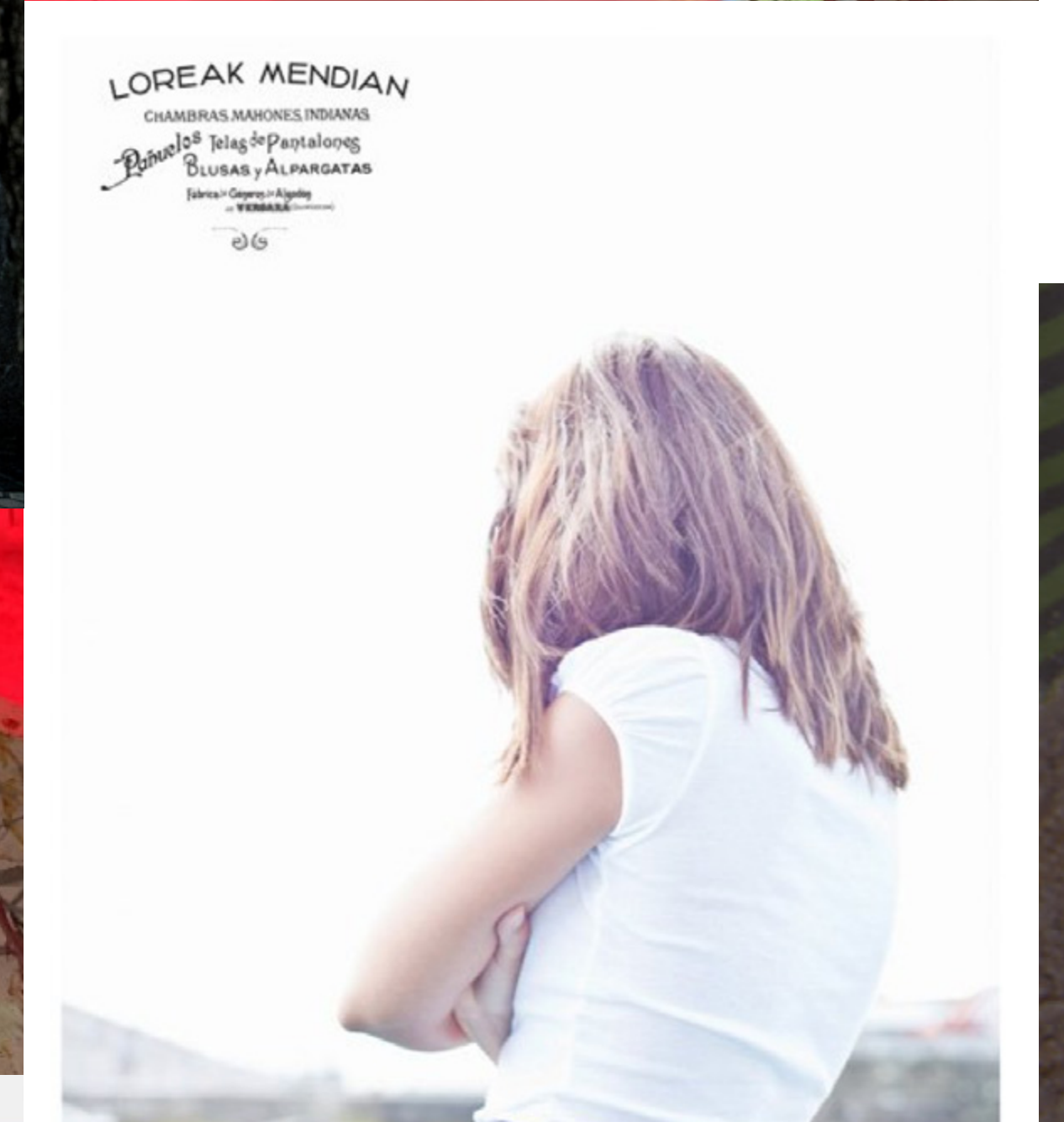
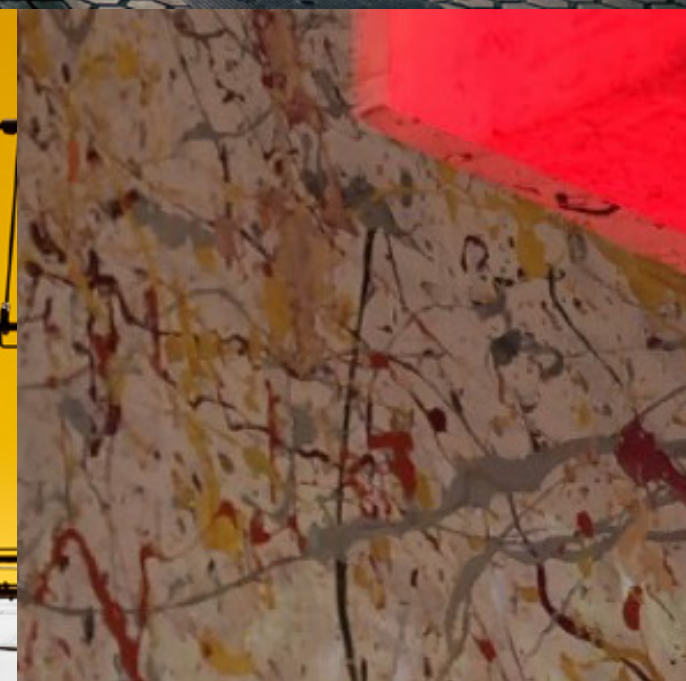
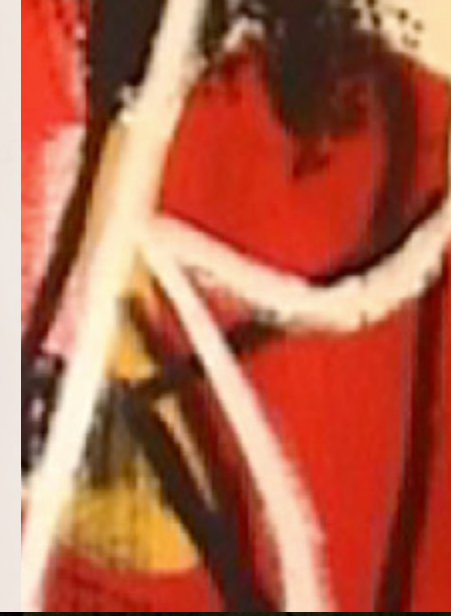
Loreak Mendian significa “flores en el monte”, una marca fiel a sus raíces, nacida en Donosti, con una mirada al mundo. Una trayectoria de más de 25 años reinterpretada para transformar la vida contemporánea.



FW/21 Collection

Nosotros

Loreak Mendian © 2021



25 años

Loreak Mendian fue una marca de ropa que se creó entre amigos en la ciudad de San Sebastián en el año 1995.

En aquel momento, el primer logo y que dio nombre a la marca fue una margarita. Se abrió la primera tienda en la calle Mari, con vistas al puerto y la bahía de La Concha en San Sebastián.

Poco a poco la marca fue creciendo y con ella su colección. y las aperturas de tiendas: segunda tienda en Donosti (calle Hernani), Bilbo, Madrid, Barcelona, Australia, Japón etc. espacios en los que el diseño y la funcionalidad eran la premisa principal.

En 2020 la marca cumplió 25 años desde su creación y quiso celebrarlo reeditando su primer logo: La Margarita.

25 años





LOREAK MENDIAN

BRAND STRATEGY