

(SS23
(BRAND

COLLECTION)
STRATEGY)

LOREAK

(SS23)

MENDIAN

(6823
(BRAND
+25 YEARS IN THE MARKET

COLLECTION)
STRATEGY)

1

1995 CULTURA
MÚSICA
DISEÑO GRÁFICO
RAÍCES LOCALES

Loreak Mendan es una firma que aparece a comienzos de los años 90, dentro del mundo del graffiti y la cultura del club en San Sebastián.

El emblemático logo de la Margarita comienza a aparecer en los baños de algunas de las salas de música de la ciudad y poco a poco comienza a grabarse en la retina de muchos de los asistentes a estos garitos.

Así, en 1995, se abre la primera tienda Loreak Mendan en la parte vieja de la ciudad, donde además de tienda, también era lugar de peregrinación de *djs* y aficionados a la música para adquirir sus vinilos en la pequeña antesala que precedía a la tienda. Además de poder adquirir tu camiseta con un motivo gráfico, podías observar cómo se producía, ya que en la trastienda se ubicaba el taller de serigrafía de la marca.

Pequeña producción local, así es como nació Loreak Mendan en la escena del *streetwear*. Una de las primeras concept store que aglutinaba: tienda de ropa, tienda de vinilos y taller de serigrafía.

(SS23
(BRAND)
+25 YEARS IN THE MARKET

2

2004 EXPANSIÓN
COLORISMO
ATEMPORALIDAD

COLLECTION)
STRATEGY)

La marca poco a poco fue convirtiéndose en un referente en el mundo de las marcas slow fashion de la moda española. Creando prendas de calidad en materias y tejidos excepcionales, con un especial cuidado por los patrones bien estructurados y un diseño elaborado y vanguardista.

Una marca en la que la imagen toma protagonismo mediante potentes campañas y lookbooks que ayudan a reforzar esa idea de moda en constante relación con la creatividad en todos sus aspectos: prendas, tiendas, imagen gráfica, shootings etc.

(6823)
STORYTELLING
(BRAND)
+25 YEARS IN THE MARKET

**COLLECTION)
STRATEGY)**

3

**2017 DISEÑO VANGUARDISTA
PATRONES CUIDADOS
MATERIAS EXCELENTES**

La marca poco a poco fue convirtiéndose en un referente en el mundo de las marcas slow fashion de la moda española. Creando prendas de calidad en materias y tejidos excepcionales, con un especial cuidado por los patrones bien estructurados y un diseño elaborado y vanguardista.

Una marca en la que la imagen toma protagonismo mediante potentes campañas y lookbooks que ayudan a reforzar esa idea de moda en constante relación con la creatividad en todos sus aspectos: prendas, tiendas, imagen gráfica, shootings etc.

SS23
Values
(BRAND)

CREATIVE MINDSET

A CREATIVE ATTITUDE
TO DRESS OUR LIFE.
CREATIVITY TO WEAR.

ART & MUSIC

La creatividad fue nuestro origen hace 25 años, es el legado que reinterpretemos y será la palanca que nos proyectará hacia el futuro. Aplicamos el pensamiento creativo a nuestra marca para disfrutar, conectar con nuestra gente y responder a sus necesidades con soluciones sugerentes, originales y funcionales, que transforman la vida contemporánea.

FUNCTIONAL DESIGN

PERFORMANCE SOUL,
PUREST DESIGN WEAR.

DESIGN & ARCHITECTURE

Ofrecemos prendas de alta calidad partiendo de una máxima: buen diseño + buena fabricación. Eso nos permite un equilibrio perfecto entre estilo y comodidad, diseño y funcionalidad.

TIMELESS CARE

CAREFUL AND INNOVATIVE ATTITUDE FOR A
TIMELESS STYLE. BEAUTY MADE HONEST.

ROOTS & IDENTITY

Promovemos una moda honesta y una forma de ser natural, cercana y empática, que mueve conciencias de forma interesante y atractiva. Creemos que la innovación sostenible y un diseño atemporal nos ayudan a cumplir con el compromiso ético con nuestro entorno.

COLLECTION)
STRATEGY)

SMART- URBAN

NEW URBAN INSPIRATION
FOR WORLD CITIZENS.
THE WORLD IS OUR HOME.

MOBILITY & SUSTAINABILITY

Hay una forma inteligente de vivir en las ciudades. Loreak Mendian habla desde una ciudad en la costa del mar cantábrico, rodeada de naturaleza y alimentada por su confluencia de corrientes culturales. Un espacio vital, que bulle, donde hay espacio para el disfrute y el contacto humano. Una ciudad responsable, que consume con inteligencia, ya sea moda, gastronomía, cultura...



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, viajero, original.
Tribal, identitario, creativo.
Deporte para body&mind.

Segmentación (BRAND)

COLLECTION) STRATEGY)

EDGE APPAREL SERIES

2as y 3as capas.

Prendas exteriores en las que se pondrán en práctica tecnologías propias del grupo como Shelltec, Warmshell, Microshell o Windshell, incorporando prestaciones como elasticidad, impermeabilidad, transpirabilidad, termorregulación o secado rápido. Aislantes como la lana animal-friendly de Lavalan o la pluma reciclada de Neokdun harán que sea una línea de productos pionera dentro de la marca en cuanto a funcionalidad y sostenibilidad se refiere.

Con estos valores, Edge Apparel Series, se convierte en la línea tecnológica de invierno dentro de Loreak Mendian.

EVERYDAY

1as, 2as y 3as capas.

Prendas para el día a día. Para ir vestidos de manera cómoda y atemporal pero con un toque vibrantes y creativo. Piezas que pueden hacernos sentir confortables tanto en una jornada de oficina como en un paseo de sábado por la tarde. El algodón orgánico y los tratamientos PFC Free entran con fuerza en la línea más clásica de la marca, para así dotar al usuario Loreak Mendian de la funcionalidad y sostenibilidad que las prendas creativas requerían.

FLITE

1as, 2as y 3as capas.

Flite nace como una línea ligera, de temporadas de entretiempo, donde además de buscar esa protección frente al viento, la lluvia y el frío buscamos poder tener libertad de movimientos. Prendas que además de poder guardarse fácilmente en maletas y mochilas, nos permiten movernos con facilidad a la hora de transportarnos por la ciudad, ya sea a pie, en bici, en patín etc. aportando esa elasticidad y ligereza a los movimientos que tanto solemos necesitas en la vida smart-urban.

ACCESORIES

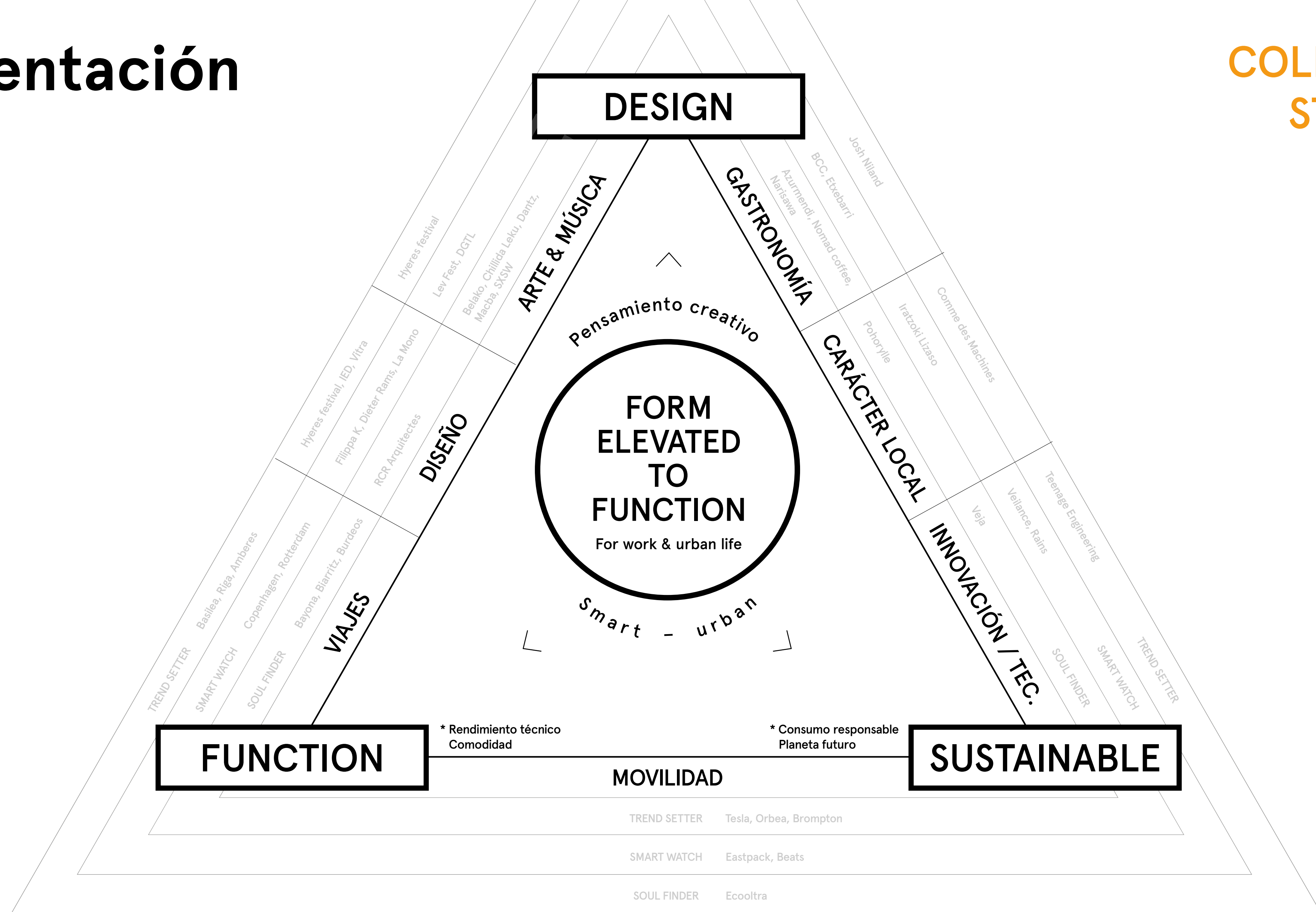
Accesorios.

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.

Loreak Mendian LAB

1as, 2as y 3as capas.

Lanzamientos de nuevas tecnologías, proyectos singulares y colaboraciones en el ámbito de la creatividad.



(SS23
(BRAND

COLLECTION)
STRATEGY)

LOREAK

(SS23)

MENDIAN