

JB.MARTIN GAGNE LA MÉDAILLE D'ARGENT DE LA MEILLEURE IDENTITÉ VISUELLE

Le renouveau de la femme JB Martin, designé par Be Dandy, récompensé aux Transform Awards Europe



JB. Martin, qui façonne depuis 100 ans des souliers à l'image d'une femme libre, audacieuse et entreprenante, a remporté, en mars 2023, **la médaille d'argent de la meilleure identité visuelle**, dans la catégorie "commerce de détail", aux Transform Award Europe, avec l'agence Be Dandy qui a travaillé sur le rebranding de la marque.

Un prix qui récompense notamment l'excellence et le savoir-faire de JB. Martin et de Be Dandy, en termes de **création graphique et de stratégie de marque**, parmi les plus grandes marques mondiales, dont Pepsi, M&M's, Renault, Starbucks, FIFA, Banque des Territoires, Vodafone, Canada Life, Dacia, Aviva, Beefeater, The National Gallery, Dr Martens, Diageo.

Les Transform Awards ont lieu, chaque année, à Londres, berceau du design et sont organisés par Transform Magazine, autour d'un jury d'exception, composé de dirigeants et directeurs marketing exerçant dans les entreprises internationales les plus emblématiques : Adidas, The Body Shop, Twitter, Colgate, Décathlon, Nestlé, Pandora, Channel4, Hellofresh...

Cette nouvelle identité visuelle permet à JB.Martin de ranimer **l'avant-gardisme** historique de la marque en l'ancrant davantage dans **le style contemporain**, avec un profil de femmes plus jeune et plus universel, capable de représenter l'état d'esprit de la ville lumière dans le monde entier.

- **Citation du jury :**

"Be Dandy a façonné une marque qui capture la femme moderne parisienne. "

"J'adore le réveil de la belle endormie, bon retour parmi nous."

« Nous sommes particulièrement fiers, de recevoir la médaille d'argent concernant la nouvelle identité visuelle de l'une de nos marques, JB.Martin. Ce rebranding va nous permettre de fidéliser davantage nos clientes, en se fiant à leurs désirs et envies, mais aussi d'attirer une nouvelle cible, plus jeune, et toujours sensuelle, élégante, un brin sulfureuse et indéfiniment indépendante », indique Boris Saragaglia, co-fondateur et président-directeur général de Spartoo.

A propos du groupe Spartoo

Avec **10 000 marques** et **plus de 1,4 million de références**, Spartoo propose l'un des **plus larges choix d'articles de mode** (chaussures, prêt-à-porter, sacs, décoration) **dans plus de 30 pays en Europe**, grâce à son équipe de plus de 400 collaborateurs de près de 30 nationalités différentes. En 2022, le Groupe réalise une GMV (Gross Merchandise Value) de 209,6 M€ . Disposant par ailleurs d'un savoir faire dans le développement informatique internalisé de ses technologies, d'une plateforme logistique et d'un service après-vente intégrés, Spartoo se distingue par son approche **customer centric**, objectivée par un très haut taux de satisfaction client. La stratégie s'appuie sur les fortes synergies entre le modèle de vente en ligne et les avantages propres aux magasins physiques, qui soutiennent la fidélisation et la notoriété de marque. Capitalisant sur son savoir-faire des métiers de l'e-commerce, Spartoo a également développé une gamme complète de services pour les professionnels.

Plus d'informations sur www.spartoo.com

GROUPE SPARTOO

Julia Blachon
Chargée des relations presse corporate
j.blachon@spartoo.com
+33 6 04 61 24 31
Grenoble, France

