



Briefing

MARINAS

Context

El 2013 vam llançar Marinas, una marca de referència al mercat de les patates fregides de màxima qualitat, reconeguda pels seus ingredients naturals, el seu compromís amb l'entorn i el seu acurat procés d'elaboració.

Originària de la Península Ibèrica, Marinas combina la puresa de la Flor de Sal d'Es Trenc (Mallorca) amb una elaboració artesanal que conserva l'autèntic sabor del Mediterrani. Cada bossa és un homenatge a la nostra costa: la llum, el mar i la senzillesa ben entesa.

La nostra gamma ofereix dues propostes complementàries:

1. Patates fregides amb sabors mediterranis irresistibles, inspirades en el gust pel gourmet i el plaer.
2. Xips de verdures 100% naturals, que celebren l'autenticitat i la diversitat dels productes de la terra. (Nova gamma)

El to de la marca és fresc, natural i elegant, evocant l'estil de vida mediterrani: gaudir sense artificis, cuidar els detalls i celebrar la bellesa del que és simple. Marinas no busca només alimentar, sinó transportar el consumidor a aquell instant de calma davant del mar, on tot se sent més pur, més natural i més nostre.

Entre petits plaers, neixen els grans moments.
Marinas, un altre petit gran plaer Mediterrani.

El repte

Com aconseguir que Marinas deixi de ser només una marca gourmet i es converteixi en una marca culturalment rellevant per a les noves generacions?

L'objectiu és convertir Marinas en una marca més viva, reconeguda i culturalment rellevant, que connecti amb les noves generacions sense perdre la seva autenticitat.

Marinas ha construït una identitat sòlida al voltant de la qualitat i la naturalitat, però la seva comunicació actual continua sent percebuda com a seriosa, adulta i una mica distant.

El gran repte ara és rejuvenir la marca: ampliar el seu univers més enllà del Mediterrani i connectar amb els nous codis de gaudi, benestar i creativitat que mouen els consumidors joves.

Volem que Marinas deixi de ser només una marca de patates premium per convertir-se en una marca d'experiències, moments i emocions compartides — una marca que simbolitzi el plaer del que és natural, simple i ben fet, a qualsevol lloc i amb qualsevol persona.

El desafiament és construir una marca moderna, sensorial i propera, present en la ment i en les converses del públic jove-adult, generant orgull, connexió i record.

Target

Perfil principal:

Joves adults d'entre 25 i 40 anys, tant homes com dones, amb ingressos mitjans.

Busquen equilibri entre qualitat, plaer i autenticitat.

Valoren els productes que expliquen una història real i les marques amb una actitud conscient, moderna i sensorial.

Objectius

- Rejuvenir la marca i ampliar-ne la notorietat.

Posicionar Marinas en la ment del públic jove-adult (25-35 anys), aconseguint que sigui percebuda com una marca moderna, sensorial i propera, i no només com una opció gourmet o premium.

- Augmentar la rellevància cultural i emocional.

Construir una connexió autèntica amb els valors de la nova generació: benestar, sostenibilitat, gaudi conscient i creativitat.

- Volem que Marinas sigui present a les converses i experiències quotidianes d'aquest públic.

- Impulsar la diferenciació a través de la innovació.

Integrar tecnologia, disseny i experiències (IA, street marketing, accions multisensorials) per generar una narrativa de marca que sorprengui, emocionï i trenqui amb els codis tradicionals del sector snack.

- Generar contingut orgànic i visibilitat digital.

Augmentar l'impacte a xarxes i mitjans mitjançant experiències virals, estètiques i compartibles, que consolidin la personalitat de Marinas com a marca aspiracional i creativa.

- Reforçar el propòsit de marca.

Posicionar Marinas com una marca que representa "el plaer del qual és natural i ben fet", sense artificis, però amb una mirada contemporània, positiva i oberta al món.

Com presentar la teva proposta?

Segons documents base

www.dracnovell.com/participa

DUBTES: +34 613 137 510 / info@elgremidelapublicitat.com

Recursos & Descarregables

Logos

Logos

Argumentari

