



Briefing

MARINAS

Contexto

En 2013 lanzamos Marinas, una marca de referencia en el mercado de las patatas fritas de máxima calidad, reconocida por sus ingredientes naturales, su compromiso con el entorno y su cuidado proceso de elaboración.

Originaria de la Península Ibérica, Marinas combina la pureza de la Flor de Sal d'EsTrenc (Mallorca) con una elaboración artesanal que conserva el auténtico sabor del Mediterráneo. Cada bolsa es un homenaje a nuestra costa: la luz, el mar y la sencillez bien entendida.

Nuestra gama ofrece dos propuestas complementarias:

1. Patatas fritas con sabores mediterráneos irresistibles, inspiradas en lo gourmet y el disfrute.
2. Chips de verduras 100% naturales, que celebran la autenticidad y la diversidad de los productos de la tierra. (Nueva gama)

El tono de la marca es fresco, natural y elegante, evocando el estilo de vida mediterráneo: disfrutar sin artificios, cuidar los detalles y celebrar la belleza de lo simple. Marinas no busca solo alimentar, sino transportar al consumidor a ese instante de calma frente al mar, donde todo se siente más puro, más natural y más nuestro.

Entre pequeños placeres, nacen los grandes momentos.
Marinas, otro pequeño gran placer Mediterráneo.

Categorías

Campaña en medios innovadores (IA, street marketing, experiencias físicas)

El reto

¿Cómo lograr que Marinas deje de ser solo una marca gourmet y se convierta en una marca culturalmente relevante para las nuevas generaciones?

Convertir Marinas en una marca más viva, reconocida y culturalmente relevante, que conecte con nuevas generaciones sin perder su autenticidad.

Marinas ha construido una identidad sólida en torno a la calidad y la naturalidad, pero su comunicación actual sigue siendo percibida como seria, adulta y algo distante.

El gran reto ahora es rejuvenecer la marca: ampliar su universo más allá del Mediterráneo y conectar con los nuevos códigos de disfrute, bienestar y creatividad que mueven a los consumidores jóvenes.

Queremos que Marinas deje de ser solo una marca de patatas premium para convertirse en una marca de experiencias, momentos y emociones compartidas — una marca que simbolice el placer de lo natural, lo simple y lo bien hecho, en cualquier lugar y con cualquier persona.

El desafío es construir una marca moderna, sensorial y cercana, que esté presente en la mente y en las conversaciones del público joven-adulto, generando orgullo, conexión y recordación.

Target

Perfil principal:

Jóvenes adultos entre 25 y 40 años, tanto hombres como mujeres. Ingresos medios.

Buscan equilibrio entre calidad, disfrute y autenticidad.

Valoran los productos que cuentan una historia real y las marcas con una actitud consciente, moderna y sensorial.

Objetivos

- Rejuvenecer la marca y ampliar su notoriedad.

Posicionar Marinas en la mente del público joven-adulto (25-35 años), logrando que sea percibida como una marca moderna, sensorial y cercana, no solo como una opción gourmet o premium.

- Aumentar la relevancia cultural y emocional.

Construir una conexión auténtica con los valores de la nueva generación: bienestar, sostenibilidad, disfrute consciente y creatividad. Queremos que Marinas esté presente en las conversaciones y experiencias cotidianas de este público.

- Impulsar la diferenciación a través de la innovación.

Integrar tecnología, diseño y experiencias (IA, street marketing, acciones multisensoriales) para generar una narrativa de marca que sorprenda, emocione y rompa con los códigos tradicionales del sector snack.

- Generar contenido orgánico y visibilidad digital.

Aumentar el impacto en redes y medios mediante experiencias virales, estéticas y compartibles, que consoliden la personalidad de Marinas como marca aspiracional y creativa.

- Reforzar el propósito de marca.

Posicionar a Marinas como una marca que representa "el placer de lo natural y lo bien hecho", sin artificios, pero con una mirada contemporánea, positiva y abierta al mundo.

¿Cómo presentar tu propuesta?

Según documento base

Importante: Participación individual o en grupo

www.dracnovell.com/es/participar

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

Recursos & Descargables

Logos

Logos

Argumentario

