



Contexto

Popitas es la marca líder de Palomitas para Microondas. Fuimos pioneras fabricando el producto en España en 1992, cuando el microondas aún no estaba presente en todos los hogares.

Desde entonces, somos la marca líder en ventas en nuestra categoría y permanecemos en el top of mind del consumidor gracias a las campañas de publicidad memorables (jingle Pop Pop Popitas), y a la intensa actividad promocional al consumidor y en el punto de venta.

La marca realizó un *rebranding* en el 2015, virando hacia una imagen de logo + mascota más amable, con colores planos, y una imagen más familiar y transversal en línea con la tendencia Mr. Wonderful de entonces.

En 2023 lanzamos una nueva gama de productos, altamente saborizados, con una imagen y target mucho más cercanos al del mundo del *snacking* y a la Generación Z y late millennials.

El reto

10 años después del *rebranding*, nuestro territorio es otro: SALIR EN CASA.

El consumo de palomitas siempre ha estado estrechamente ligado al cine, pero el consumo audiovisual cambió radicalmente con la llegada de las plataformas VOD, YouTube, Twitch, etc.

En 2019 decidimos reorientar la comunicación: ¿quién mejor que Popitas para acompañar las maratones de Netflix?

El momento de consumo ha cambiado desde 2015, también nuestros consumidores.

Objetivos

Necesitamos evolucionar la imagen de marca para que *branding* conecte mejor con la realidad actual.

Target

El público a quien va dirigida la campaña es:

1. Familias con hijos en el hogar (0-25 años)

¿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

Brandstyle

Tipografía

