

- CONTENIDOS**
- Nº200 Homenaje a la Idea
 - Noticias
 - Entrevistas
 - Reportajes**
 - Investigación
 - Documentos
 - Artículos
 - Libros
 - Anuncios y Campañas
 - Años anteriores
 - Enlaces

¿QUIERES AUMENTAR TU NEGOCIO?

Publicidad a concurso

AL MARGEN

Publicidad y Humor

El Publicista/Reportajes

Juanma

19/02/2009



La Masia renueva su identidad corporativa

La Masia ha cambiado de imagen. La firma aceitera ha decidido tratar de reafirmar su posicionamiento como marca innovadora en el sector alimentario. Y lo ha hecho apostando por una nueva imagen más moderna pero manteniendo los valores que, desde siempre, han caracterizado a sus productos, y que desde la compañía resumen en la frase: "la mayor calidad alimentaria".

La Masia cuenta ahora con un nuevo logotipo presidido por una casa, la masia, con la que siempre se le ha identificado. Una casa sin vallas, abierta a todo el mundo, para todo tipo de consumidores.

Aprovechando el rediseño se ha apostado por un lema que refleja en sólo cuatro palabras la filosofía de la marca. "Desde siempre y ahora" es el nuevo claim que acompañará cada producto de La Masia. Porque esta empresa familiar es un referente en el mercado alimenticio español desde que nació, hace más de 50 años.

Para realizar este cambio de imagen, La Masia realizó un completo estudio de investigación cualitativa para conocer la imagen de la marca en las mentes de los consumidores y saber cuál era el mejor enfoque para la misma. Así, con los resultados de las dinámicas realizadas con distintos grupos de mujeres en toda España, se llegó a la conclusión de que era una de las marcas más reconocidas en el sector y que además estaba ante una gran oportunidad para acercarse aún más a su público.

La agencia que ha renovado la imagen corporativa de La Masia ha sido Otra cosa global de comunicación, encargada del desarrollo del concepto y del nuevo packaging de los productos. Cada uno de los aceites que comercializa La Masia incorporan distintas fotografías en las que aparecen los elementos esenciales de la marca: el olivo, el olivar, el entorno de la familia, la cocina... A través de estos elementos se hace un recorrido que comienza en el origen del aceite de oliva, el olivo y la naturaleza, y que llega a los distintos usos del mismo.

Nuevo site

Por otra parte, el lanzamiento de la imagen está acompañado por la creación de una nueva web, "la ciudad la masia" (www.ciudadlamasia.es). En un concurso en el que participaron distintas agencias, fue M.A Comunicación del Grupo Mailing Andalucía quien presentó la idea que gira en torno a una ciudad en la que el usuario puede interactuar con la firma. La web es, al igual que una ciudad real, un espacio vivo en el que se incluyen distintos establecimientos como el supermercado, la fábrica o el restaurante, donde La Masia propondrá distintas acciones, juegos y concursos a sus consumidores, quienes podrán además utilizar este espacio para encontrar toda la información sobre la marca.

Exterior

Para dar a conocer su nueva imagen, La Masia, junto con Trading Media, ha realizado una campaña exterior con muppis ubicados en los principales centros comerciales de toda España. El acuerdo alcanzado con la agencia de medios se basa en el intercambio por productos, que llegarán a hospitales, centros penitenciarios, etc. Esta campaña se ha realizado a través de Clear Channel.

Inversión

La inversión realizada por La Masia en todas las acciones se sitúa en torno a los 385.000 euros. Además, en los próximos meses la firma aceitera seguirá realizando distintas acciones de marketing, que se desarrollarán allí donde esté el consumidor con campañas de marketing directo, concursos de fotografía y jingles y acciones dirigidas a los más pequeños para interactuar así directamente con el consumidor.

Juanma G. Colinas

