



PUBLICIDADVEPUCIO

 [@PublicidadVesp](https://twitter.com/PublicidadVesp)

 www.publicidadvespucio.cl

[@10minutoschile](https://twitter.com/10minutoschile) 

www.facebook.com/10minutoschile 

CONCURSO

FIEBRE + 10 MINUTOS

BRIEF PARA SELECCIÓN DE PARTICIPANTES

Este año

10 MINUTOS además servirá de
clasificatorio para **FIEBRE 2013**

**Y para ser parte de 10 MINUTOS
se hará un proceso de selección
en base a la ejecución de las
mejores piezas que den
respuesta al brief aquí
presentado.**



Condiciones

Se deberán conformar en tríos para resolver el pedido del BRIEF, a través de una pieza gráfica a tamaño carta, orientación vertical u horizontal, en cuatricromía a 150 dpi.

La fecha y hora de entrega es:
12 hrs (mediodía) del Domingo 13 de Octubre

Deberá ser enviada como mensaje interno al facebook de 10 MINUTOS, indicando nombre, rut y correo electrónico de cada uno de los integrantes del trío.

www.facebook.com/10minutoschile



1



Brief

CLIENTE: NESTLÉ Chile

MARCA: KitKat

TIPO DE CAMPAÑA: Lanzamiento



La barra de chocolate de 4 tiras ("four fingers") de Nestlé, KitKat, existe desde 1935, cuando fue creado por Rowntree's, líder en confiterías del Reino Unido.

Con un crecimiento permanente ha mantenido inalterable su receta clásica y su imagen solamente fue cambiada durante la segunda guerra mundial, cambiando el tradicional color rojo por azul. Luego, en 1949 recuperaría su color habitual.

A fines de los 80's Nestlé adquiere Rowntree's y con ello se adueña de KitKat, consolidando la expansión hacia EEUU, Japón y toda Europa.

KitKat se inserta en el mercado hispano en 1988, acompañado de un período de innovación en formatos y variedad de sabores y presentaciones. Esta tendencia continúa hasta hoy.

2



Brief

CLIENTE: NESTLÉ Chile

MARCA: KitKat

TIPO DE CAMPAÑA: Lanzamiento



En Chile, se fabrica y comercializa desde los 90`s pero sin repetir el éxito de otros países. Las razones para ello se reparten en dos grandes explicaciones.

Primero; que la industria de los snacks dulces, en Chile, tiene una competencia fuerte, con muchas marcas y fabricantes, por lo tanto la oferta es muy amplia y diversa. Los gustos de una sociedad poco dada a experimentar nuevos sabores, preferentemente favorece a las marcas y productos tradicionales.

La otra explicación la dan quienes son consumidores de KitKat, con opiniones muy marcadas que dicen que el KitKat de fabricación nacional no tiene el mismo sabor que el consumido en otros países. De hecho, los fanáticos encargan barras a sus cercanos que viajan fuera del país, indicando que “el que venden en el DutyFree del aeropuerto es el importado”.

3



Brief

CLIENTE: NESTLÉ Chile

MARCA: KitKat

TIPO DE CAMPAÑA: Lanzamiento



Por esas razones principalmente, es que Nestlé Chile ha decidido dejar de fabricar KitKat y traer/importar el “verdadero” KitKat.

Inicialmente llegaría en 2 presentaciones; la barra individual “KitKat Singles” y la caja con 12 barras individuales, es decir, sin la clásica e histórica versión de 4 tiras.

PEDIDO

Se pide desarrollar una pieza de lanzamiento para el “verdadero” KitKat en Chile, que deje muy claro que ahora tendrá el sabor reconocido mundialmente.

Dirigida al consumidor final, tomando como referencia la llegada del verdadero sabor, aquel que maravilla y conquista al mundo. Que sirva para promover la compra de la barra individual (precio estimado de venta \$300) y de la caja de 12 unidades (precio estimado de venta \$3000).

Brief

CLIENTE : NESTLÉ Chile
MARCA : KitKat
CAMPAÑA: Lanzamiento

4

REFERENCIA DE IMÁGENES



Brief

CLIENTE : NESTLÉ Chile
MARCA : KitKat
CAMPAÑA: Lanzamiento

5

REFERENCIA DE IMÁGENES



Te esperamos y veremos
quién es el más fuerte



... o el más
rudo



PUBLICIDADVESPUCIO

 [@PublicidadVesp](https://twitter.com/PublicidadVesp)

 www.publicidadvespucio.cl

[@10minutoschile](https://twitter.com/10minutoschile) 

www.facebook.com/10minutoschile 

CONCURSO

FIEBRE + 10 MINUTOS

BRIEF PARA SELECCIÓN DE PARTICIPANTES