

Água Monchique lança nova campanha de comunicação

21 de Setembro, 2020

“Não precisa ser perfeito. Basta ser saudável” é o claim que serve de mote à nova campanha de comunicação da Água Monchique.

Assente numa estratégia multimeios, esta nova campanha pretende “comunicar o reposicionamento da marca e o ambicioso plano de investimentos iniciado pela empresa em finais de 2019” e que envolveu, entre outros, a “remodelação e modernização das linhas de engarrafamento”, o “rebranding da marca” e o desenvolvimento de um “novo packaging”, com o alargamento da família Monchique disponibilizada ao mercado em termos de tara e de materiais, refere a empresa em comunicado.

O spot de vídeo, que acompanha este momento de comunicação, funciona como uma peça transversal a toda a campanha e pretende transmitir a mensagem de que “a Monchique é mais do que água. É uma escolha emocional e uma vez feita não se volta atrás. É para apaixonados pela vida. É para pessoas reais. É inclusiva e atenta. É sobretudo uma atitude”, refere Henrique Prucha, diretor comercial e de marketing da Água Monchique.

“Aproveitar a vida é aceitar o que somos e sabermos aproveitar as pequenas coisas sem nos focarmos nas nossas “imperfeições” (ou as que são impostas pela sociedade como tal). É ser saudável, de corpo e mente, sem preconceitos nem restrições. É escolhermos dizer sim quando nos desafiam a fazer algo que achamos que não conseguimos. A Água Monchique dá-nos esse poder. Dá-nos essa energia. Torna-nos mais fortes, mais saudáveis, mais capazes”, reafirma o responsável.

A campanha foi elaborada de uma forma integrada online e offline ambicionando posicionar a marca como “top of the mind” dos consumidores capitalizando já a sua notoriedade e assentando numa estratégia multimeios, a nível nacional, com presença em TV, rádio, exterior (mupis) e plataformas digitais