

### Briefing creativo

*Marca:* A contracorriente. Conservas cántabras con gran tradición.

*Proyecto:* Rebranding de la marca.

*Objetivo:* Inmersión en el modelo de negocio e-Commerce para aumentar las ventas a través de un diseño actual y atractivo.

*Target:* Hombres y mujeres de 25 a 70 años.

*Desarrollo del diseño:*

A CONTRACORRIENTE nace de vestir la marca de actualidad y sencillez, haciendo hincapié en lo visual. Es el nombre de la marca el que va marcando el concepto de modernidad, "A CONTRACORRIENTE" como símbolo de diferenciación del tradicional mercado de las conservas.

Se ha elegido la tipografía sans serif Nunito para darle ese aire de actualidad y dinamismo en línea con el minimalismo imperante. Se han utilizado varios tonos de azul para distinguir cada producto en alusión al mar, junto a ilustraciones sencillas para que, de un vistazo, se reconozca la marca.

Las latas de conservas se han vestido con una sencilla **faja**. Para su inmersión en el modelo de venta e-commerce, se ha personalizado **la caja para envío con cierre al centro de cartón corrugado** y una etiqueta adhesiva con líneas curvas impresa sobre polipropileno.





A PARTIR  
DE AHORA  
TÚ TAMBIÉN  
NADAS  
A CONTRA-  
CORRIENTE

