



PRESENTACIÓN

ESTRATEGIA Y CREATIVIDAD CAMPAÑA IVA





OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

Comunicar el NO aumento del IVA en el LIDL de un mundo promocional y positivo. Haciendo énfasis en el ahorro que supone esta acción y siguiendo el posicionamiento de la marca hacia la calidad.



CLAVES DE LA CAMPAÑA

- Mensajes directos y fáciles de entender.
 - Las marcas de los productos son protagonistas.
 - La noticia del NO aumento prácticamente se convierte en una promoción
 - Un concepto contundente y sonoro de fácil recordación.
 - Coste moderado de producción y fácil ejecución
 - Ejecuciones comunicacionales adaptables a diferentes formatos y mensajes.
-



CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

EN LIDL EL AUMENTO QUE IVA ¡YA NO VA!



COMMUNICATION SHIELD

Este concepto de comunicación lo hemos sumergido dentro de un diseño que por su forma también comunica NO aumento. De esta forma el espectador entenderá visualmente: no subimos los precios.

Este elemento que hemos llamado Ccommunication Shield estará presente en todas las piezas de la campaña y cerrará con contundencia cada uno de los mensajes.





El uso de las flechas nos permite decir “sin decirlo” que los precios no han aumentado, como se supone sería lo lógico ante el aumento del IVA.

La combinación de colores y el poder visual de las flechas lo hacen funcionar con perfecta contundencia tanto en solitario o como cierre de las diferentes ejecuciones de campaña.

La colocación del logo LIDL como “bisagra” que hace posible que se abra esta puerta al ahorro, completa la comunicación otorgándole a la marca el protagonismo y la responsabilidad de la acción.



APLICACIONES GRÁFICAS

Hemos desarrollado una serie de ejecuciones gráficas que utilizan a los productos del LIDL como portavoces de la grata noticia del NO aumento.

A través de ellos ideamos mensajes que en tono emocional dan la buena noticia, siendo reforzados de una manera directa y contundente con el communication shield cerrando cada una de las piezas.



Porque
es hora
de hacer
una buena
piña



EN LIDL
EL AUMENTO
QUE **I.V.A**

**¡YA NO
VA!**

El ahorro
se siente **muy**
fresco



EN LIDL
EL AUMENTO
QUE **I.V.A.**

**¡YA NO
VA!**

Delave
JAMONCITOS DE POLLO

Delave
PECHUGA DE POLLO

sin piel, sin hueso

Peso neto:

600 g e

Conservar refrigerado entre 0°C y +4°C

Fecha de caducidad:

07.04.10

Lote:

1008810 1 23 40 41

Producto fresco. Cocinar bien el producto antes de consumirlo. No consumir crudo.

Información al consumidor: La fecha de caducidad que figura en el envase puede garantizarse únicamente en el caso de conservar el producto de forma ininterrumpida a una temperatura máxima de +4°C. En el caso de romperse la cadena de frío, p. ej. durante el transporte en coche hasta el domicilio o a causa de una conservación en el frigorífico por encima de +4°C, se recomienda el consumo inmediato del producto.

Engelhard Fleischwaren GmbH, Industriepark 1, D-49733 Hameln

**Montamos
un buen
pollo**



EN LIDL
EL AUMENTO
QUE **I.V.A.**

**¡YA NO
VA!**

Porque
te ahorrarás
una buena
pasta



EN LIDL
EL AUMENTO
QUE **I.V.A.**

**¡YA NO
VA!**

Esto es
lo que todos
llamamos
buena
leche



EN LIDL
EL AUMENTO
QUE **I.V.A.**

**¡YA NO
VA!**

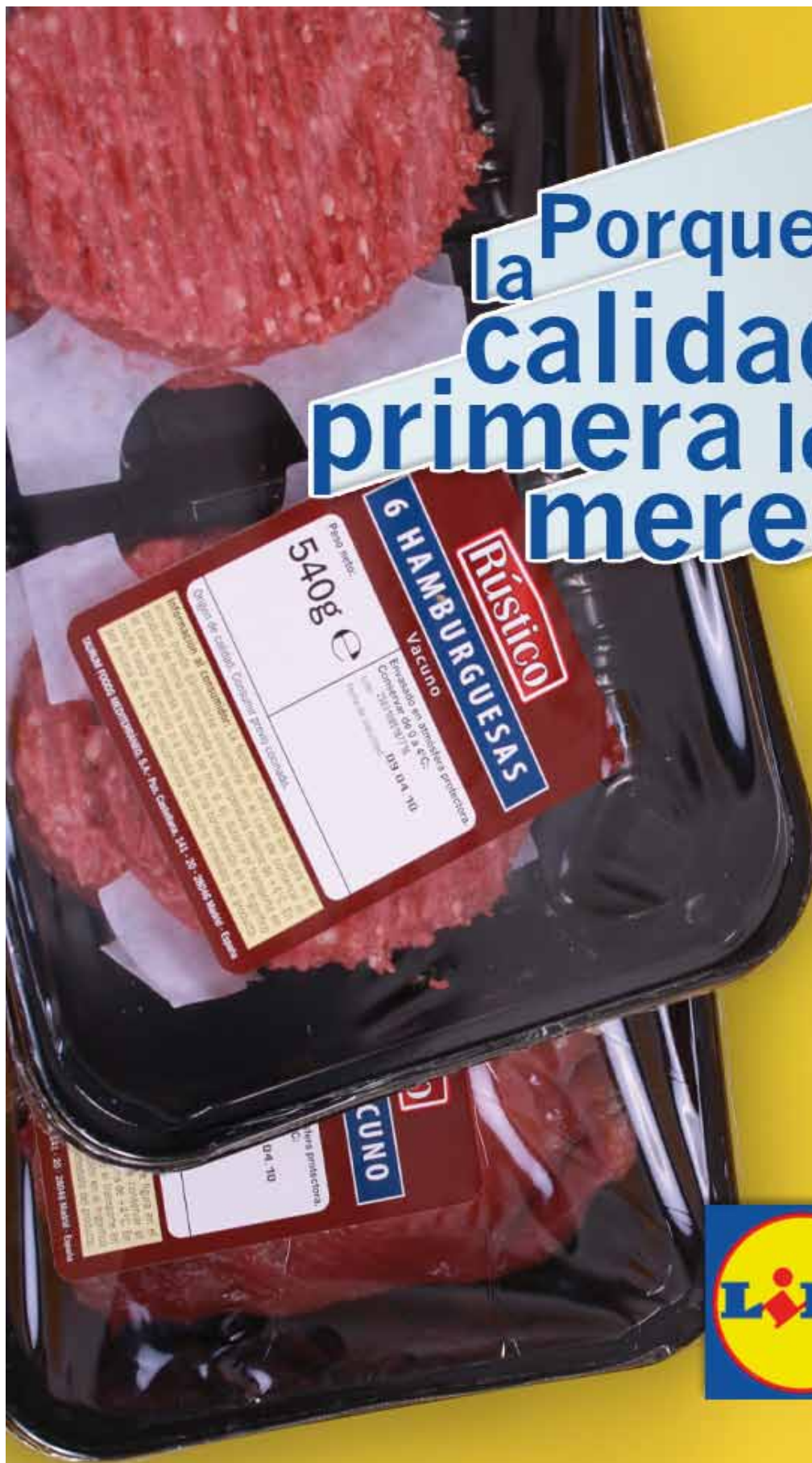
Una
buena manera
de endulzar
el bolsillo



EN LIDL
EL AUMENTO
QUE **I.V.A**

**¡YA NO
VA!**

Porque
la calidad de
primera lo
merece



EN LIDL
EL AUMENTO
QUE **I.V.A**

**¡YA NO
VA!**

Porque viene bien
para sacarle las manchas
a tu presupuesto

W5
LIMPIADOR PARA BAÑO
brillo e higiene
efecto desinfectante
Eficaz contra la cal y la suciedad
No daña la grifería ni otras superficies del baño
750ml

+20%
Gratis
MISTOL
Elsam
de Vera
Fórmula
pH 5.5
y Protege

600

EN LIDL
EL AUMENTO
QUE **I.V.A.**

LIDL

**¡YA NO
VA!**



Zoom back de una pina.



A medida que vamos alejándonos, vamos viendo como otras frutas van entrando en pantalla y se van acercando hasta formar una "piña" alrededor de la piña.



Entra el titular.



Seguidamente cortamos a las flechas que suben y bajan para mostrar el mensaje.



Finalmente cerramos con el logo y el claim de marca.



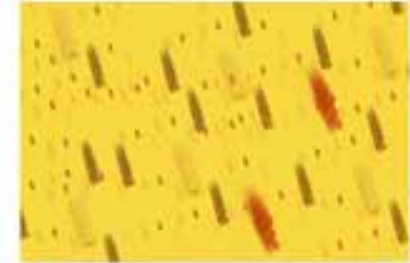
APLICACIONES TV - ONLINE

Las aplicaciones para los formatos audiovisuales mantienen la coherencia gráfica y comunicacional de las aplicaciones gráficas.

3 historias muy sencillas contadas en 15 segundos, pero que muestran el concepto de la campaña en su máxima expresión y dan la noticia del NO aumento con un todo directo, contundente y positivo.



Zoom back de una lluvia de pasta.



Empezamos con un sólo elemento y la cámara va abriendo hasta ver muchos tipos de pasta que van cayendo y se van acumulando en la parte inferior de la pantalla.



Entra el titular.



Seguidamente cortamos a las flechas que suben y bajan para mostrar el mensaje.



Finalmente cerramos con el logo y el claim de marca.



Zoom back de una balanza digital que vemos como va aumentando rápidamente el peso que marca.



A medida que abre descubrimos que lo que está pesando es...



...un pollo entero.

Entra el titular:



Seguidamente cortamos a las flechas que suben y bajan para mostrar el mensaje.



Finalmente cerramos con el logo y el claim de marca.



EJEMPLO DE APLICACIONES

Simulación de algunas aplicaciones de la campaña
en escenarios reales.









ALTERNATIVAS COM-SHIELD

Opciones anexas de diseño del Communication Shield que cierra todas las piezas.

Porque
te ahorrarás
una buena
pasta

EN LIDL
EL AUMENTO
QUE **I.V.A.**

¡YA NO
VA!

NO SE ENGAÑE, LA CALIDAD NO ES CARA



Porque
te ahorrarás
una buena
pasta

EN



EL AUMENTO QUE **I.V.A.** ¡YA NO VA!

Porque
te ahorrarás
una buena
pasta

EN LIDL EL
AUMENTO QUE
I.V.A.

¡YA NO VA!



NO SE ENGAÑE, LA CALIDAD NO ES CARA

UNA PRESENTACIÓN DE GAS IMAGINEERING

PARA

