

New Concept / New Format



M&S

Cibo da passeggio

a cura di RED Marketing&Trade s.r.l.

Il pranzo di mezzogiorno è il problema che assilla le persone che lavorano 5 giorni lavorativi su 5, le mense non esistono più, si mangia dove si può e dove ci si trova a orari che non sono quelli canonici, si deve equilibrare durante la settimana una dieta dignitosa.

Questo in Italia come a Londra, con la notevole differenza che nel nostro paese l'offerta è molto limitata e legata al concetto del vecchio bar, mentre negli altri paesi esistono maggiore concorrenza e la distribuzione moderna ha capito che può giocare la sua parte sul mercato.

CONCEPT

Marks & Spencer ha inventato una nuova linea di prodotti dedicati a tutti coloro che consumano i pasti fuori casa, creando un vero e proprio sistema che comprende: una borsa termica, le posate, i tovaglioli, le salviette e una gamma di prodotti alimentari, tutti riconoscibili dal marchio apposto sulla confezione, prodotti che spaziano dal classico snack salato, alla frutta e alla verdura monoporzione, allo sfizio dolce.

Il marchio utilizzato è un gioco di due cerchi concentrici con una finestrella che mostra il contenuto, con anche riportata una sensazione o una esclamazione.

Si crea una linea di prodotti in netta concorrenza con l'offerta di bar e caffetterie, proponendo una gamma completa che va dal sandwich alla frutta, fino al dolce.