

**Seminari Creativitat 4r Curs**

**Segon Quadrimestre**

**Projecte 3:**

**Anunciant:** Martí i Serdà

**Producte:** Vermut Bandarra

**Objectius de màrqueting:**

-Augmentar el percentatge de participació de Bandarra dins el total de l’empresa.

-Augmentar un 20% la facturació actual de Bandarra

**Objectius de Comunicació:**

-Donar a conèixer el vermut Bandarra.

-Provocar la prova del producte.

-Posicionar Bandarra com el vermut de la gent jove.

-Promocionar el moment del vermut com un moment per gaudir “imprescindible”.

**Públic Objectiu:**

-Joves que els agrada fer i compartir el vermut.

**Posicionament:**

-Bandarra és el vermut de la gent jove.

-Un vermut sense Bandarra no és vermut.

-El moment del vermut és un dels millors moments del dia.

-És el vi que millor marida amb olives, berberetxos, patates,

boquerons, anxoves, calamarcets....

**Reason Why:**

Vi elaborat a partir de les varietats de raïm Macabeu i Xarel·lo de les finques Martí Serdà

de l'Alt Penedès. Al vi blanc se li fa una llarga maceració amb més de 50 extractes d'herbes, flors,llavors i espècies naturals com la canyella, el gingebre, la vainilla, la regalèssia, l'anís,

la camamilla,romaní,llorer, lúpolo, taronja amarga...

Acabada la maceració es finalitza en bots de roure de 500 litres

en les pròpies soleres. És un vermut de 15 graus, de color caoba amb reflexos ataronjats, bastant dens i molt net. En aromes predomina la regalèssia i els tocs cítrics. L'entrada en boca és suau i dolç, amb un bon equilibri de dolçor i amargor que ens deixa un post gust amable, lleuger i persistent.

**To i estil de la comunicació:**

Desenfadat, sorprenent, divertit, jove.

**Peça a realizar:** anunci per a revistes