

Ginos

Ginos estrena su nueva identidad de marca
potenciando su ADN italiano



- Este proyecto de rebranding estratégico, desarrollado por BrandFor, se centra en potenciar los valores de marca de autenticidad, compromiso y vitalidad, y que giran en torno a la idea de “saborear Italia es sentir Italia”.
- Bajo el nuevo claim de “Siente Italia”, el nuevo reposicionamiento busca ofrecer una marca más impactante, entusiasta y actual para gente que valora las cosas de verdad, porque cuando la vida se vive de verdad, se disfruta más.
- Ginos ha elegido a Ogilvy Madrid como agencia estratégica y creativa para reposicionar y desarrollar su comunicación de marca.

Madrid, xx de abril de 2023. [Ginos](#), cadena de restauración especializada en auténtica gastronomía italiana operada por el grupo Alsea, **cambia su identidad de marca para potenciar su ADN italiano mediante un proceso de rebranding estratégico**, que ha sido liderado por el equipo directivo de Alsea y desarrollado por BrandFor, compañía especializada en consultoría estratégica de branding.

Este nuevo posicionamiento de Ginos, centrado en el lema **“Siente Italia”**, potencia el mensaje de que **Ginos nos trae la Italia de verdad**. No en vano, Ginos es la marca de restauración, que desde 1985, ofrece cocina italiana hecha al momento, que impulsa a disfrutar de la vida, acercándonos a lugares, recetas y experiencias que nos permiten saborear, descubrir y sentir la auténtica Italia.

Carlos de Miguel Martínez, director de Marketing de Ginos, afirma que, *“La nueva identidad visual de Ginos responde a nuestro objetivo estratégico de reposicionarnos para ofrecer una imagen más actual, honesta, cercana y entusiasta. Junto a BrandFor, hemos definido un nuevo posicionamiento, valores, y personalidad de marca que apuestan por la autenticidad italiana desde las emociones, ponen en valor el compromiso de Ginos con la calidad del producto y los momentos más auténticos, y nos ayudan a garantizar que los clientes sientan una experiencia italiana de verdad”*.

Una personalidad más auténtica, comprometida y vital

La nueva esencia de Ginos descansa en los valores de **autenticidad** siendo una marca con carácter propio, fiel a la esencia italiana y al origen de las cosas; en el **compromiso** por ser una marca comprometida, honesta y familiar, donde se activan historias, productos reales y recetas sencillas e icónicas que ponen en valor los clásicos de la cocina italiana; y en la **vitalidad**, siendo una marca llena de vida, que potencia y amplifica las ganas de disfrutar y genera experiencias que nos hacen sentir bien y sacan lo mejor de cada momento.

Ismael Merlo, socio fundador de BrandFor, señala que *“El impulso de la nueva identidad de Ginos es resultado de un amplio proyecto de rebranding estratégico, que incluye un profundo trabajo de consultoría, con el que queremos reposicionar esta marca tan icónica en nuestro país, centrado en un análisis, diagnóstico y desarrollo de un posicionamiento único y diferencial, seguido de una importante labor creativa para concebir su identidad a través de su logotipo, colores, tipografía y sistema gráfico y de activación en todos los puntos de contacto de la marca”*.

Esta nueva imagen de Ginos enriquece su propuesta de valor a través de un discurso que da forma y fortalece el ADN italiano de la marca. Se trata de una nueva propuesta de valor que comenzó hace un tiempo con el rediseño de sus locales, una mejora de los procesos operativos y la revisión de sus recetas, ofreciendo un sabor más auténtico y que ahora culmina con el lanzamiento de una nueva identidad visual más italiana, impactante, entusiasta y moderna.

Asimismo, **Ginos ha elegido a Ogilvy Madrid como agencia estratégica y creativa para reposicionar y desarrollar su comunicación de marca**. En este primer año, la agencia desarrollará diferentes campañas para Ginos y se centrará en el desarrollo de la nueva plataforma estratégica de comunicación, que permitirá reposicionar la marca y su propuesta de valor a través de un nuevo territorio de comunicación.

Acerca de Ginos:

Ginos es una marca de restauración especializada en auténtica gastronomía italiana de calidad a un precio asequible. Nacida en los años 80, hoy cuenta con 118 restaurantes en España y dos en Lisboa, entre restaurantes propios y franquiciados.

Ginos forma parte de Alsea, el operador de restaurantes líder en Europa y América Latina. Alsea cuenta con más de 4.260 restaurantes y tiendas en 11 países y gestiona algunas de las marcas de mayor reconocimiento a nivel mundial, con restaurantes propios y franquiciados. En España, Alsea opera las marcas Starbucks, Domino's Pizza, Foster's Hollywood, Foster's Hollywood Street, VIPS, Ginos, FRIDAYS, OleMole y Burger King.

Acerca de BrandFor

BrandFor (www.brandfor.com) es una compañía especializada en consultoría estratégica centrada en el branding, que crea soluciones que ayudan a transformar las compañías o instituciones, mejoran su capacidad de generar negocio y ayudan a incrementar su valor y liderazgo. BrandFor desarrolla una nueva dimensión del branding, basada en la construcción de las marcas de manera sólida, inspiradora y coherente a través de un proceso de entendimiento, definición, creación, activación y medición, que explota el potencial inherente a toda marca y lo transforma en valor. BrandFor cuenta con una oferta de servicios 360 que cubren toda la cadena de valor del branding. BrandFor suma en su cartera más de 100 proyectos de consultoría estrategia de branding. Entre ellos, proyectos para empresas e instituciones como Indra, Orange, IFEMA MADRID, Naturgy, Cabify, Familia Martínez Zabala, AXA, SpainCap o Sodexo.

SOBRE OGILVY

Ogilvy desarrolla campañas de comunicación icónicas y rompedoras desde el día en que su fundador, David Ogilvy, abrió su agencia en 1948. Actualmente es una red global creativa e integrada, reconocida y premiada internacionalmente, que trabaja para hacer que importen tanto las marcas del Fortune Global 500 como las compañías locales. Cuenta con 131 oficinas en 83 países. La agencia crea experiencias y diseña acciones de comunicación que dan forma a cada una de las necesidades de las marcas a través de seis especialidades básicas: Brand Strategy, Advertising, Customer Engagement and Commerce, PR and Influence, Digital Transformation y Partnerships. Ogilvy es una compañía de WPP (NASDAQ: WWPGY). Para más información: <http://www.ogilvy.es/> Twitter: @OgilvyES y Facebook.com/OgilvyES.

Más información para prensa:

Atrevia

Kenia Ortega, Natalia González, Lores Serrano, Ana Gil, Alicia Ruiz

alsea@atrevia.com

T. +34 91 564 07 25