

OleMole 'se pone burrito' para relanzar su marca en España

- De la mano de Mono Madrid y Arena, la marca perteneciente a Alsea, grupo de restauración organizada líder en Europa, está construyendo una nueva plataforma de comunicación con una propuesta transgresora y disruptiva: 'Marketing Burrito'.



Madrid, 22 de junio de 2022.- [OleMole](#), marca de restauración de **Urban Mex Food de Alsea**, grupo de restauración líder en Europa que opera enseñas como Starbucks, Domino's Pizza, Vips, Ginos o Fridays, está apostando por relanzar su marca en España a través de una nueva estrategia comunicativa.



MONO Madrid, en partnership con Arena, ha sido la agencia elegida por la marca para el desarrollo de la estrategia y su campaña de relanzamiento, con una notable apuesta por un tono transgresor y basado en el humor, y con los burritos como producto estrella, respondiendo a las tendencias gastronómicas a nivel mundial.

La asignación se ha realizado mediante un concurso y con ella, la boutique creativa MONO Madrid se convierte en *"partner estratégico y creativo para la construcción de una nueva plataforma de comunicación que marque el inicio de una nueva etapa de la marca"*, de la mano de Arena, agencia de medios de Alsea desde hace 15 años.

Lidia Ferrer, directora de Marketing de OleMole, comenta sus impresiones tras el concurso: *"Buscábamos una propuesta transgresora, valiente y disruptiva que nos permitiese lanzar esta marca de forma notoria. MONO ha sabido interpretar la esencia de nuestra marca desde el primer momento y estamos muy ilusionados con empezar a trabajar juntos en esta nueva etapa. Una buena agencia simplifica los problemas"*.

En el proceso de trabajo, MONO Madrid y Arena identificaron la oportunidad de que OleMole fuera la primera marca especialista de Urban Mex Food que entrara a "competir" con las grandes marcas "cuerpo a cuerpo" desde su estrategia de comunicación. Así, "Marketing Burrito" no se queda en una mera campaña, sino que se convierte en una gran plataforma que permite definir un tono y una manera de hacer las cosas en la marca, mostrando la ambición de ser una marca relevante en la categoría y permitiendo tangibilizar el beneficio principal del producto: su contundencia.

Por su parte, **Sito Morillo, Chief Creative Officer y socio fundador de MONO Madrid**, afirma respecto a la adjudicación: *"Este tipo de proyectos nos encantan. OleMole es una marca joven, con gran ambición creativa que nos permitirá desarrollar su construcción de marca desde los inicios, sentando sus pilares estratégicos, así como una personalidad tan bruta y única, apropiable por la marca"*.

Uno de los elementos diferenciales ha sido el proceso de trabajo y aproximación estratégica al briefing, donde MONO Madrid y Arena han trabajado conjuntamente como un único equipo, algo que ya han realizado en el pasado con marcas como Correos o Banco Santander.

Por su parte, **Borja Cameron director de Marketing Digital, Medios y Comunicación de Alsea**, ha asegurado que: *"Marketing Burrito es un soplo de aire fresco para una marca que está en plena ebullición y que va a sorprender a un cliente fundamentalmente joven, con nuevos códigos comunicativos y que quiere explorar más allá de las propuestas gastronómicas tradicionales"*.

La campaña estará en el aire a partir del 21 de junio, coincidiendo con la apertura de la nueva tienda de la marca en Malasaña, en la calle San Andrés, 14 (Madrid). La activación se centrará principalmente en el contenido audiovisual, permitiendo construir las diferentes referencias en torno al concepto de Marketing Burrito y complementándolo con piezas de exterior, digital, social, BTL y acciones especiales.

Por su parte, **Mireia Álvarez, Business Managing Partner de Arena**, afirma: *"Con esta campaña, además de lo disruptivo de la propuesta, queremos reivindicar la riqueza del proceso creativo. Siempre lo decidimos, somos Arena cuando colaboramos y nos enriquecemos trabajando con otras agencias con la misma actitud, y cuando los clientes generan el entorno de trabajo y confianza para poder aportar valor desde el análisis y la estrategia hasta la implementación y activación de la solución."*

Ficha técnica de la campaña:

PIEZAS: Repartidores ([AQUÍ](#)), Helicóptero ([AQUÍ](#)), Flyer Burrito ([AQUÍ](#)), Tapando mupies ([AQUÍ](#)) y Entrando mupi a la competencia ([AQUÍ](#)).





Nombre de la Campaña: MARKETING BURRITO

Anunciante: Alsea

Marca: Ole Mole

Medios: Video digital/ exterior

Contactos anunciante: Fran Rionda, Borja Cameron, Lidia Ferrer, Clara González, Zoraida Pérez, Vicente Guillem.

Agencia de Medios: ARENA MEDIA

Head of Strategy Arena España: Iñigo De Luis

Strategic Manager: Esla de Murga

Business Managing Partner: Mireia Alvarez

Account Director: Gema González

Media Development expert: Gloria Garcés

Agencia Creativa: MONO MADRID

Chief Creative Officer: Bitan Franco, Sito Morillo, Nando Vega Olmos

Managing Director: Jorge Fesser

Head of Brand Management: Aitziber Izurrategui

Brand Manager: Ainara Izar de la Fuente/ Claudia de Juan

Equipo creativo: Adrián Bravo, Sergio Sancho

Productora: Somos 5

Realizador: Facundo Andrés

Estudio de postproducción: Somos 5

Estudio de sonido: La Panadería

Música: Librería