

# BRIEFING DELTA Q

Prémios Lusófonos da Criatividade

11 de Fevereiro de 2019

Delta 

Delta









C  
de  
Café



C  
de  
Cápsula



de Qualidade

MARCA DELTA Q

## QUEM SOMOS?

Delta Q é uma marca nascida da capacidade de desenvolvimento e inovação do Grupo Nabeiro – Delta Cafés e que se assume, desde o seu nascimento em 2007, como especialista de café em cápsulas.

Há mais de 10 anos que a Delta Q cria novas experiências sensoriais para estar cada vez mais presente no dia-a-dia dos seus consumidores.



MARCA DELTA Q

# visão

O nosso objectivo ambicioso (BHAG)

Ser a marca de café mais inovadora



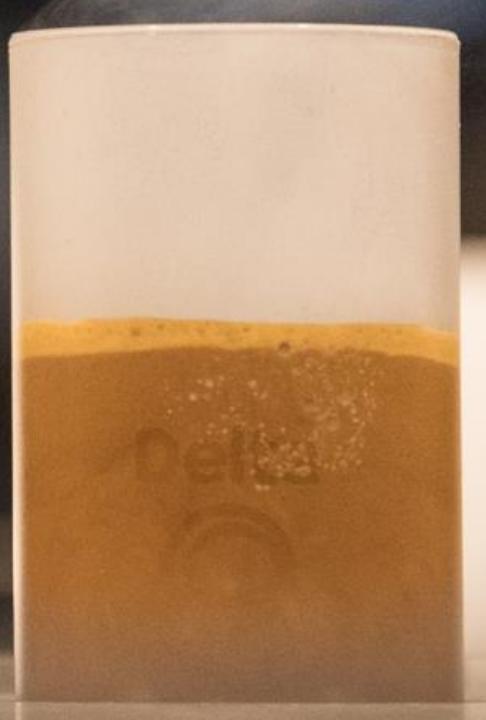
Big Hairy Audacious Goal

# Missão

A nossa razão de ser



RISE



Proporcionar experiências sensoriais únicas aos consumidores através de produtos do sistema exclusivo Delta Q e dos serviços associados

MARCA DELTA Q

# valores

é com base nestes valores que a marca se expressa em todos os momentos



SIMPLICIDADE  
QUALIDADE  
PARTILHA  
INOVAÇÃO

MARCA DELTA Q

# promessa

O nosso propósito

Oferecer um expresso sempre perfeito  
da forma mais simples.

Um expresso único, fácil de encontrar e  
fácil de servir.

Todos os dias. Em todos os locais.



MARCA DELTA Q

# TOM DE COMUNICAÇÃO

Próximo  
Positivo  
Decidido



MARCA DELTA Q

Ao longo da última  
década



MARCA DELTA Q

Começámos com  
7 blends diferentes



MARCA DELTA Q

E expandimos a gama com 20 novos blends, entre cafés, cevadas, chás e tisanas

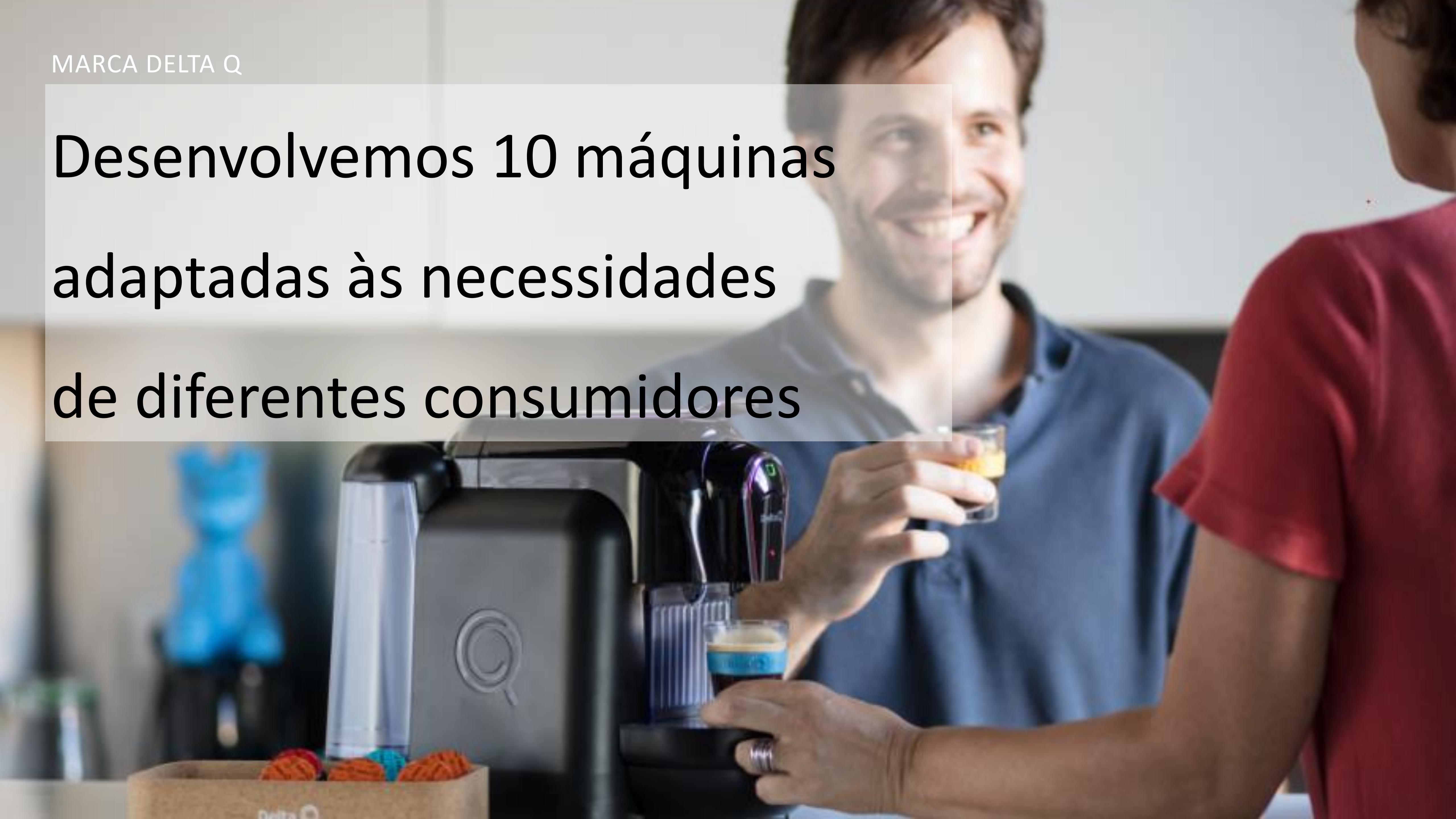


MARCA DELTA Q

Desenvolvemos 10 máquinas

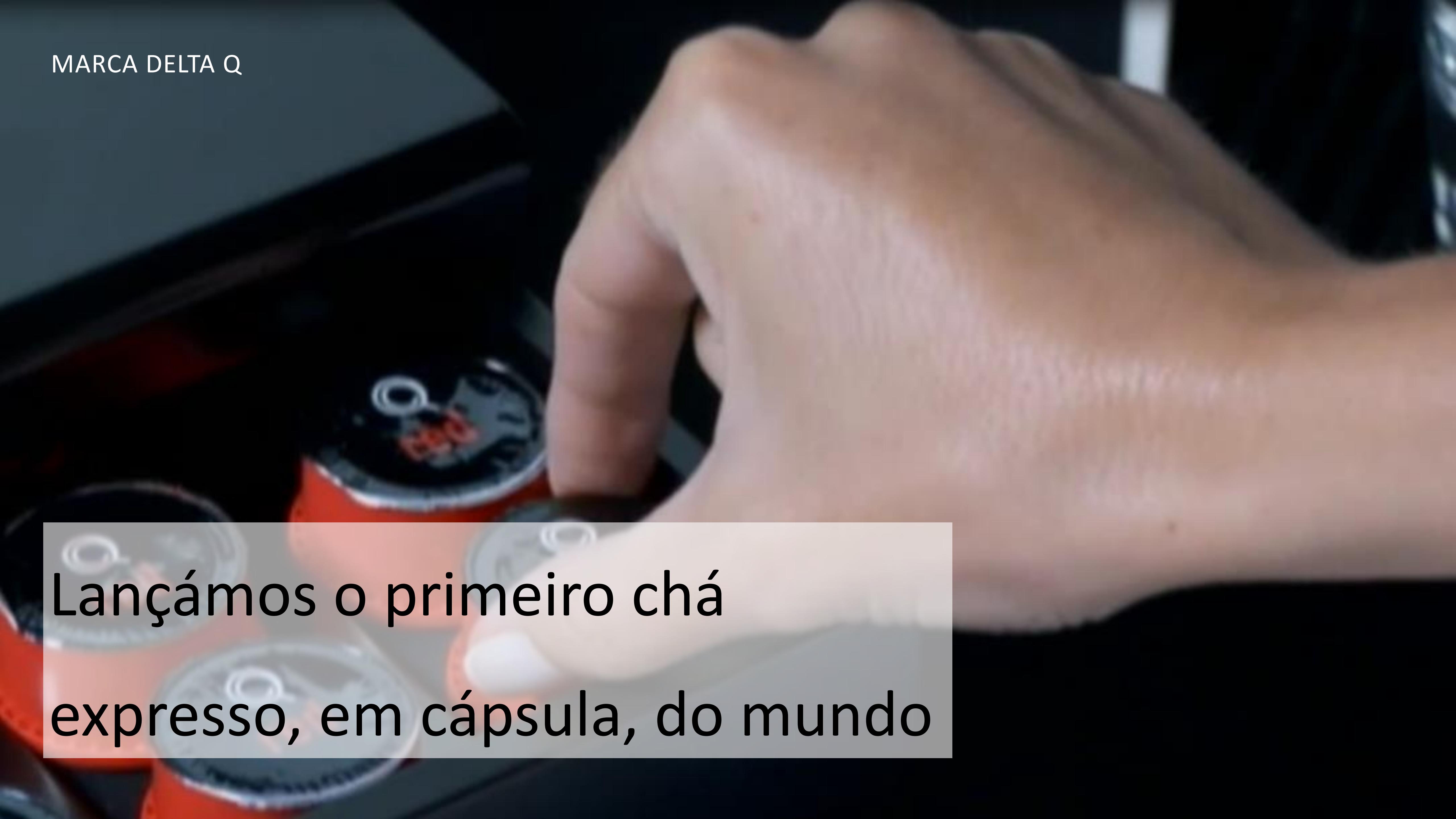
adaptadas às necessidades

de diferentes consumidores



E, em 2015, já contávamos 1 milhão  
de máquinas vendidas,  
consolidando a liderança  
de um mercado assegurada  
3 anos antes

MARCA DELTA Q



Lançámos o primeiro chá  
expresso, em cápsula, do mundo



MARCA DELTA Q

E fomos a primeira marca  
portuguesa  
a lançar cevadas,  
chás e tisanas em cápsula

MARCA DELTA Q



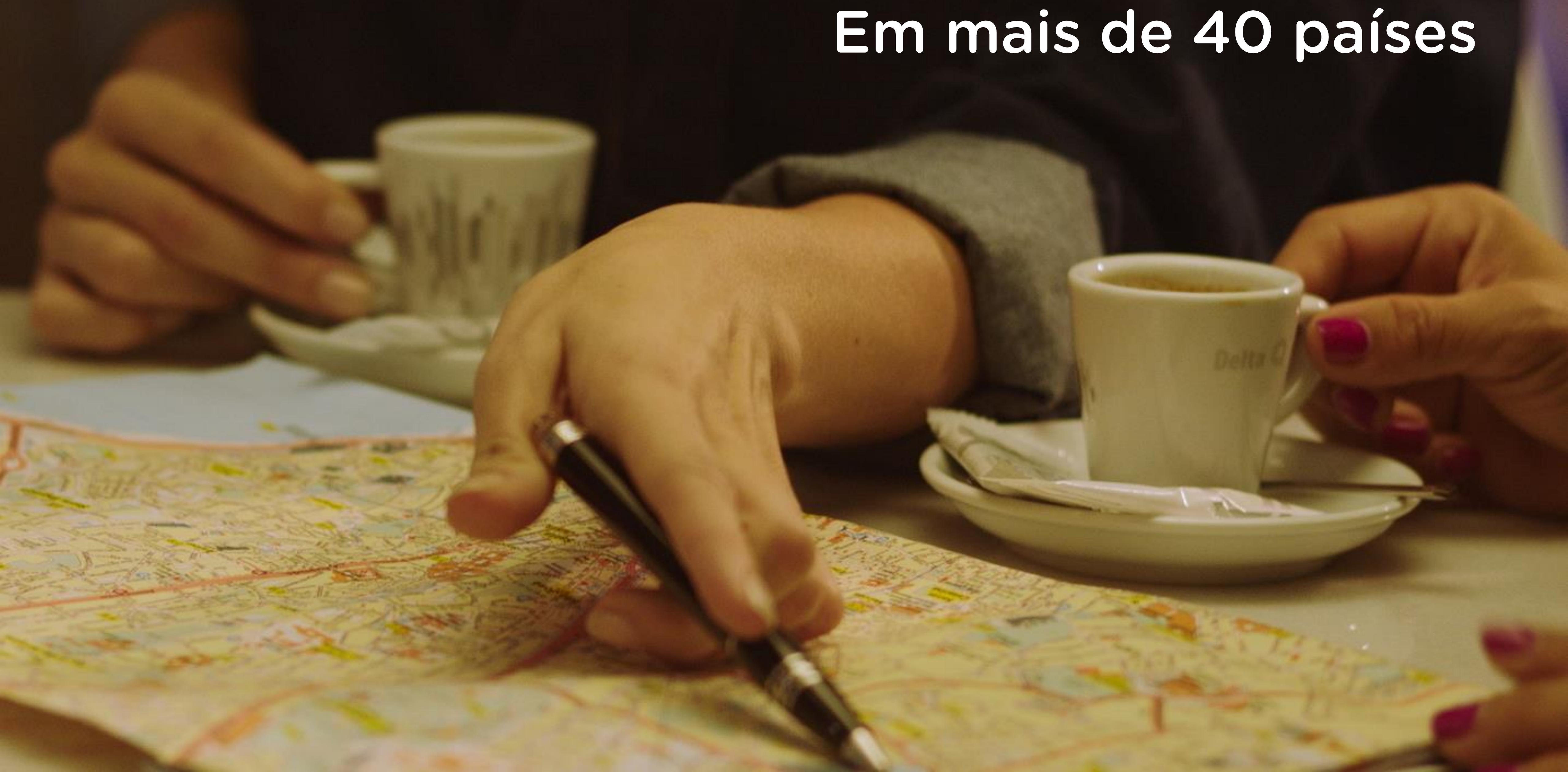
Abrimos lojas próprias por todo o país

MARCA DELTA Q

Conquistámos famílias, amigos  
viajantes, empresas

MARCA DELTA Q

Em mais de 40 países



Em 2015, alcançámos  
1.000.000.000 de cápsulas vendidas

Mas ninguém é líder tantos  
anos seguidos à sombra  
de feitos passados

---



Se continuamos na frente é porque  
olhamos pouco para trás

Vivemos de olhos postos  
no próximo blend,  
na próxima máquina,  
na próxima inovação

MARCA DELTA Q

Na Delta Q, cada dia é um fresh start

MARCA DELTA Q

Uma oportunidade para começar do zero



MARCA DELTA Q

É esta sede de inovar que nos  
mantém no topo há tanto tempo



MARCA DELTA Q

Ao longo dos últimos 2  
anos, desafiámos os  
portugueses a  
“viver mais”



MARCA DELTA Q

Posicionámos a marca  
no território da partilha

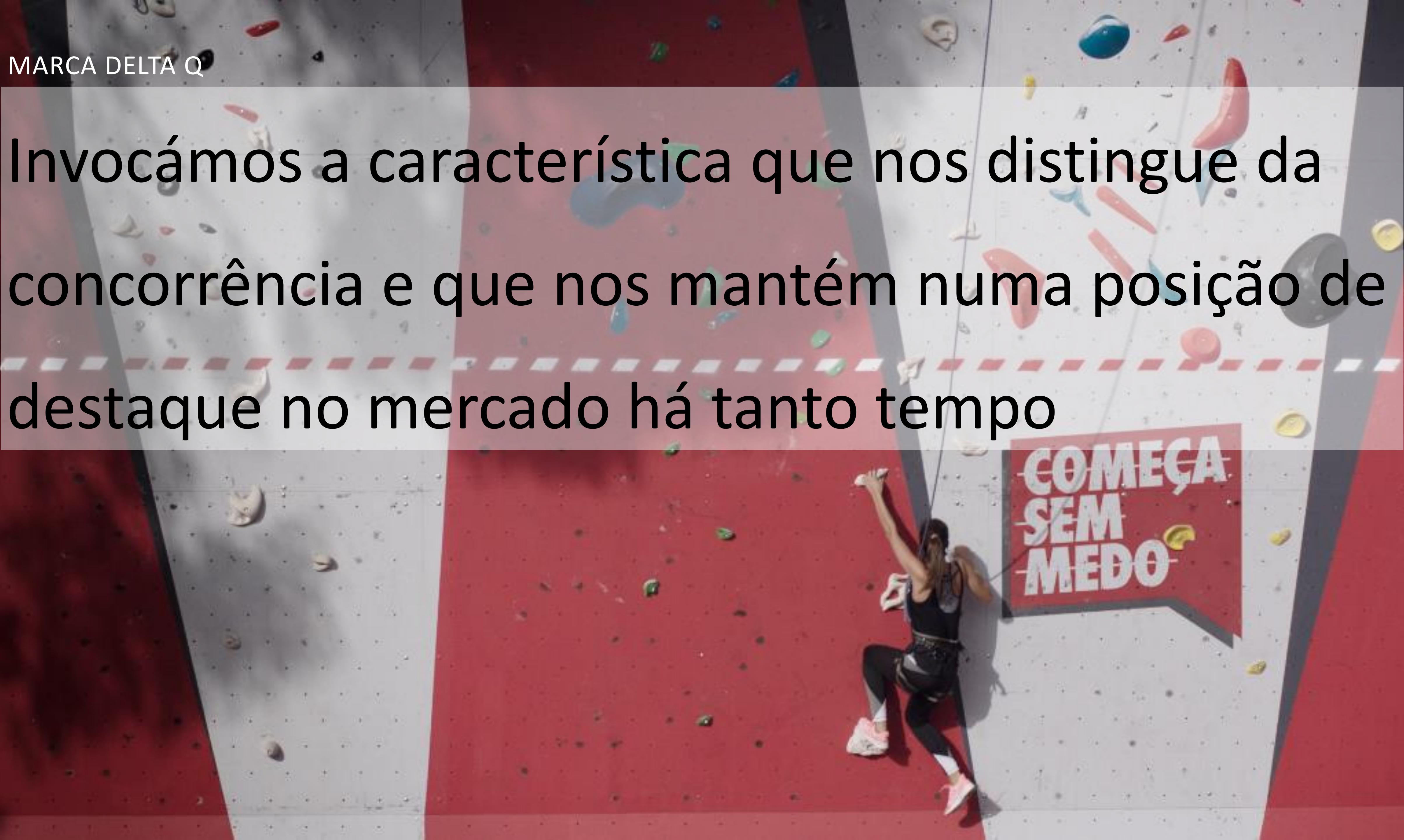


MARCA DELTA Q

No 10º aniversário,  
recuperámos a essência da Delta Q

MARCA DELTA Q

Invocámos a característica que nos distingue da concorrência e que nos mantém numa posição de destaque no mercado há tanto tempo



COMEÇA  
SEM  
MEDO

A Delta Q evoluiu assim do território  
da partilha para o território da inovação

MARCA DELTA Q



Continuamos a falar para os portugueses, a trazê-los para a comunicação e a inspirá-los a partilhar bons momentos

MARCA DELTA Q

Mas com uma nova atitude

---

MARCA DELTA Q



A atitude de quem vê  
em cada dia uma  
oportunidade  
para fazer mais e melhor

De quem não está preso  
ao passado

De quem está focado  
na solução e não no problema

---

Na atitude de “a vida começa agora”

# a vida começa agora

**Assinatura verbal:** queremos desafiar, incentivar e inspirar as pessoas a fazer mais e melhor. A marca quer estimular o potencial de cada um, posicionando o café Delta Q como ponto de partida rumo a qualquer objectivo

The background of the slide features a complex, abstract pattern of glowing, curved lines. These lines are primarily white and orange, creating a sense of depth and motion against a dark, almost black, background. The lines curve and twist in various directions, some appearing to converge towards the right side of the frame. A single small, bright white dot is visible near the bottom right, where the lines intersect.

**BRIEFING DELTA Q**

# BRIEFING DELTA Q

## ENQUADRAMENTO

Queremos reforçar a associação da marca ao território da música, criando momentos únicos e partilhados com todos os que passem pelos principais festivais de verão (NOS Alive, NOS Primavera Sounds, Super Bock Super Rock, Rock In Rio...). Com o objectivo de fortalecer o nosso posicionamento e explorar novos caminhos numa relação cada vez mais próxima e emocional com os nossos consumidores pretendemos alterar a forma como as marcas olhas para os seus espaços/stands. Não pretendemos fazer do espaço Delta Q mais uma zona VIP, queremos criar uma experiência marcante e interessante para quem vai aos festivais. Não queremos ser vistos como mais um patrocinador, queremos ser parte da experiência global de festival. Toda a estética e linguagem do espaço deve refletir a ambição de ter os olhos postos no futuro e a vontade de estar presente nos momentos mais importantes na vida dos nossos consumidores.

# BRIEFING DELTA Q

## O QUE PRETENDEMOS?

A concorrência dentro de um festival é muito grande, apenas os espaços/stands com activações relevantes conseguem atrair as pessoas.

O público é volátil, exigente e procura experiências novas para partilhar. O espaço/stand tem de reflectir Delta Q, assente nos seus valores, amplificar a assinatura “a vida começa agora” e explorar: emoções, pessoas e a surpresa.

Assim, pretendemos que definam, para a presença da marca (espaço de 40 m<sup>2</sup> com 2 andares) nos principais festivais referidos:

- . **Conceito:** tendo por base a assinatura da marca “a vida começa agora”
- . **Keyvisual/mood do espaço:** que possa ser declinado para outras peças de comunicação online e offline
- . **Proposta de stand:** tem de ser sustentável



OBRIGADA

Delta Q®