

VITRINA SHOWCASE



190

OFICINA O EMPRESA

PROCORP

CORREO DE CONTACTO

CONTACTO@PROCORP.CL

NOMBRE DEL PROYECTO

SOUTHRING

AÑO DE REALIZACIÓN

2020

RESPONSABLES DEL PROYECTO

GONZALO CASTILLO

ROBERTO CONCHA

MARILÉN CASTILLO

NOMBRE DEL MANDANTE O CLIENTE

AUSTRALIS SEAFOODS



Southring, calidad intransable desde la frontera sur del mundo

*Southring, impassable
quality from the
southern frontier
of the world*

procorpweb.com

FOTOGRAFÍAS _ PHOTOS: ARCHIVO PROCORP



Previo a la adquisición en 2020 de Australis Seafoods, empresa chilena productora y exportadora de salmones y truchas del sur de la Patagonia chilena, por parte de la compañía china de computadores Lenovo, Australis confió a Procorp el desarrollo de una asesoría de branding para actualizar sus pilares estratégicos en el contexto de la evolución que había presentado la organización y el mercado global en los últimos años.

El plan de trabajo consideró: la codefinición de una plataforma estratégica para la marca, un modelo de arquitectura marcaria para ordenar su oferta a distintos mercados y segmentos y, finalmente, una revisión y posterior reformulación de su programa de identidad visual. Durante la fase de exploración, creación e implementación de un renovado sistema de identidad corporativa, Procorp convocó a todas las áreas de la organización a un proceso de fructífera colaboración, logrando resultados consistentes y descubriendo la necesidad de desarrollar una marca global para la comercialización de sus distintas líneas de productos bajo una propuesta de valor única y compartida.

Tras un profundo trabajo de naming, se creó la nueva marca comercial “Southring, The Southern Frontier Seafoods”, que nace de tres ejes identitarios fundamentales para la compañía: calidad intransable, valor de la sustentabilidad y el origen de la frontera sur del mundo.

La identidad visual se inspiró en el territorio de la Patagonia Austral de Chile, su indisoluble vínculo con el océano Pacífico, sus tonalidades y especies que acoge y que hoy nos permite exhibir un resultado de clase mundial. **1**

Prior to the acquisition in 2020 of Australis Seafoods (a Chilean company that produces and exports salmon and trout from southern Chilean Patagonia), by the Chinese computer company Lenovo, Australis entrusted Procorp with the development of a branding consultancy to update its strategic pillars. This was necessary in the context of the evolution that the organization and the global market had presented in recent years.

The work plan considered: co-defining a strategic platform for the brand, a model of brand architecture to order its offer to different markets and segments, and finally a review and subsequent reformulation of its visual identity program.

During the exploration, creation and implementation of a renewed corporate identity system, Procorp summoned all areas of the organization to a process of fruitful collaboration, achieving consistent results. The team discovered the need to develop a global brand for the commercialization of its different product lines under a unique and shared value proposition.

After a deep naming work, the new commercial brand “Southring, The Southern Frontier Seafoods” was created. It was born from three fundamental identity axes for the company: impassable quality, value of sustainability and the origin of the southern frontier of the world.

*The visual identity was inspired by the territory of The Southern Patagonia of Chile, its indissoluble link with the Pacific Ocean, its tones, the species that it hosts and that today allows us to exhibit a world-class result. **1***