

Aloha Poké pasa a convertirse en Aloha: BlackFlag es la agencia creativa independiente que hay detrás de este reposicionamiento

El concepto 'Peace & Food' da paso a un nuevo Aloha con una visión más real y humana que libera de presiones al consumidor poniendo de manifiesto la verdadera salud y bienestar de 2024

La cadena de restauración Aloha Poké amplía su modelo de negocio y con ello evoluciona nombre de la compañía, convirtiéndose en Aloha. Este rebranding viene acompañado de una nueva carta que introduce una gran variedad de productos.

Para ello, la agencia independiente BlackFlag ha ideado el concepto de 'Peace & Food', que ahonda sobre las presiones que sufre la sociedad de hoy en día y promueve una visión de la salud y el bienestar más indulgente y permisiva.

En un contexto donde abunda el hate y la presión de tener que estar siempre a la altura, lo único que hacía falta era retomar la filosofía Aloha y ponerla en el lugar que le corresponde. Una filosofía originaria de Hawaii que apuesta por el 'unguilty pleasure', donde el disfrutar sin culpa es la mejor forma de quererse.

"ALOHA... a vivir sano, a tu manera
Aloha a que te resbale lo que piensen los demás.
Aloha a los que van al gym a socializar.
Aloha a esa burger con patatas después de salir de fiesta.
Aloha a comprarte soja texturizada y dejarla en el congelador forever.
Aloha a dormir hasta las 12 un sábado.
Y sobre todo,
Aloha... A estar sano, que va básicamente de hacer lo que te siente bien. LO- QUE- SE- A".

Así es como BlackFlag, la agencia creativa independiente, ha reposicionado la marca Aloha, entrando en una nueva era comunicativa. Con un posicionamiento y filosofía actualizada a través de un tono de voz fresco y una actitud que apuesta por la relevancia cultural.

Una campaña que trasciende sus redes sociales y se expande en todos sus restaurantes en territorio nacional.

Sobre la agencia creativa independiente BlackFlag
BlackFlag, un nuevo concepto de agencia independiente de código abierto creada a finales de 2022 por los fundadores de la marca Blue Banana Brand y Bernardo Moleón.
Tras el éxito cosechado de Blue Banana, la marca icónica de la «X» que arrasa entre Millenials y Generación Z, sus fundadores, Juan Fernandez-Estrada y Nacho Rivera, junto a Bernardo Moleón, ex MRM/McCann, la compañía creativa PS21 y TBWA, irrumpen en el sector con una propuesta de valor innovadora con respecto a la de las compañías creativas convencionales, aunando el diseño de experiencia de marca, la creatividad y el contenido.

"El talento creativo y digital ya no está solo en las agencias. Cada vez más, estos profesionales están desarrollando sus propios proyectos, emprendiendo su propio camino. Desde BlackFlag, lo integramos y nos conectamos a la marca o compañía como si fuéramos parte de ellos, sin fricción, sin errores de compatibilidad, de la forma más natural y honesta posible", comenta Bernardo Moleón, co-Fundador y CSO de BlackFlag.

BlackFlag y su misión de construir marcas icónicas pivota sobre tres grandes áreas: la estrategia de marca y posicionamiento, con el fin de crear modelos de negocio icónicos y escalables; la creatividad, creando ideas y plataformas que conecten a las marcas con la cultura y el contexto; y el contenido, con el fin de cubrir las nuevas necesidades de las marcas especialmente en social media.

Los fundadores de Blue Banana Brand junto a Bernardo Moleón son los principales impulsores de esta nueva compañía que ya cuenta con acuerdos de colaboración recurrentes, con más de 20 profesionales independientes nacionales e internacionales, contando con grandes referentes creativos, estratégicos, de diseño y consultores de negocio. Así como alianzas estratégicas con otras compañías emergentes entre las que se encuentran Amigos Solutions o Creatit entre otros.

Sobre la cadena de restauración Aloha Poké

Aloha Poké es una franquicia española de restaurantes, especializada en el plato tradicional hawaiano del poke. Su sede principal se encuentra en la ciudad de Madrid y cuenta con establecimientos en otras ciudades como Barcelona, Valencia, Bilbao, Salamanca, Vigo y Pamplona.

La compañía fue fundada en el año 2016 por Carlos Ortiz de Lucas-Baquero y Guillermo Fuente Gil, inaugurando en 2017 su primer establecimiento en el vecindario de Chueca en la ciudad de Madrid. Convertiéndose en uno de los primeros restaurantes especializados en el plato tradicional hawaiano del poke en España, en agosto de 2018 inauguró su segundo establecimiento y creó la primera franquicia de restaurantes de poke en territorio español. Al finalizar dicho año, la compañía alcanzó una facturación de 2,4 millones de euros con tres franquicias y dos locales propios en Madrid.

En 2019, la compañía inauguró cinco nuevos locales en la capital española e hizo presencia en Barcelona, Valencia, Bilbao, Ibiza y Tarrasa, finalizando la década con 14 restaurantes y 5.2 millones de euros facturados. Ese mismo año, la compañía implementó la utilización del ácido poliláctico o PLA en sus cuencos o bowls, un material biodegradable, en lugar del plástico tradicional.

En el año 2020 la compañía abrió dos nuevos locales en Madrid y se estrenó en otras ciudades de la geografía española con aperturas en Vigo, Pamplona, Gerona, Mallorca, Zaragoza y Gran Canaria. Finalizó el año facturando siete millones de euros, un aumento del 34% con respecto a las cifras de 2019.

En 2021, la empresa renovó su imagen de marca con un nuevo logo y colores corporativos, e inauguró en el mes de junio un nuevo local en Barcelona estilo flagship, ubicado en la Ronda de la Universidad. Durante el año, la marca estableció siete nuevas aperturas, en las ciudades de Salamanca, Valladolid, Madrid y Barcelona, y finalizó con una facturación de 7,5 millones de euros, creciendo un 7% con relación al año anterior.

Para marzo de 2022, la compañía había inaugurado dos locales en la capital española, concretamente en los distritos de Ciudad Lineal y Rivas-Vaciamadrid.

Datos de contacto:

Bernardo Moleón

BLACKFLAG / Head of Strategy

645777257

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Gastronomía](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>