

Lay's revoluciona la tortilla de patatas con su nueva campaña

La marca lanza "Inesperadamente buena", una atrevida campaña que desafía el paladar de un grupo de consumidores reales con un divertido experimento que rompe con la opinión preconcebida sobre la tortilla elaborada con chips. Lay's se reivindica como producto de conveniencia ofreciendo al consumidor una alternativa diferente, sabrosa y cómoda para cocinar uno de los platos favoritos de la cultura gastronómica española

Lay's, la marca de patatas fritas líder en España, ha iniciado un nuevo viaje culinario más allá del momento aperitivo posicionando sus patatas fritas como un ingrediente práctico y versátil para elaborar platos típicos de la gastronomía española, como la tortilla de patatas.

En su nueva campaña, Lay's se atreve a desafiar el paladar de un grupo de consumidores reales de diferentes edades realizando un divertido experimento en el que demuestra cómo la percepción negativa de los participantes ante esta receta cambia tras probarla. A través de este experimento, Lay's consigue desmontar con éxito los mitos detrás de la tortilla de patatas hecha con chips y, a su vez, encandilar a todos los participantes, logrando incluso recordarles a las recetas de sus casas.

Bajo el lema "Inesperadamente buena", la marca se reivindica como producto de conveniencia ofreciendo al consumidor una alternativa diferente, sabrosa y cómoda para cocinar el plato típico de la cultura gastronómica de España como es la tortilla de patatas.

"Hasta ahora, los consumidores siempre han disfrutado de Lay's en el aperitivo o como acompañamiento de sus platos. Con esta nueva campaña, se rompe con la percepción del consumidor e ir un paso más allá, retándoles a encontrar nuevas formas divertidas de experimentar en la cocina con patatas fritas Lay's como elemento principal. Porque la patata es, al fin y al cabo, un ingrediente clave en la tradición gastronómica española", destaca Erica Lascorz, directora de Marketing de Lay's para el sur de Europa.

Líder en el momento del aperitivo, con este nuevo posicionamiento Lay's entra ahora directamente en los fogones del consumidor. La nueva campaña ya está activa tanto en medios digitales como en televisión.

Lay's fue fundada por Herman W. Lay el año 1932 en Nashville, Tennessee. Años más tarde, en 1965, se fusionaron Frito-Lay y Pepsi-Cola creando PepsiCo Inc., en la actualidad segunda empresa de alimentación y bebidas más grande del mundo. Lay's, marca cercana y para todos los públicos, llegó a España en 1998 entrando con fuerza en el momento aperitivo con su característica bolsa roja a la vez que amenizaba reuniones de amigos y familiares. A día de hoy no sólo ofrece sus genuinas patatas al punto de sal, sino que, con el objetivo de innovar constantemente para satisfacer los gustos de los consumidores, ofrece una amplia gama de productos.

Datos de contacto:

Emma Montané

Comunicación

662 02 44 16

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

Categorías: [Gastronomía](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>