



LA MARCA HIT RENUEVA SU IMAGEN

- **HIT, la marca líder en la categoría de bebidas con contenido de fruta en Colombia, refrescó su imagen dándole mayor estilo, simpleza y cercanía.**
- **Esta es la primera vez en 27 años que la marca renueva su imagen, bajo el objetivo de fortalecer el liderazgo que ha tenido en la categoría.**
- **La selección del nuevo logo se hizo con base en un proceso entre más de 50 opciones gráficas, el cual contó con la participación de más de 530 consumidores de la marca.**
- **La renovación de imagen igualmente conlleva al posicionamiento del nuevo lema comercial de HIT: “como tu sabor no hay dos”, al tiempo que conserva elementos clave como su icónica fruta y los colores amarillo, azul y rojo, que representan a todo un país.**

Medellín, 6 de junio de 2024. Luego de 27 años en los cuales la marca se ha convertido en una de las más emblemáticas del portafolio de Postobón, HIT, líder en Colombia en la categoría de bebidas con contenido de fruta¹, renovó su imagen con una propuesta más simple y cercana, que mantiene su esencia y potencia los valores de autenticidad y cotidianidad con los cuales ha ganado la preferencia de los colombianos.

La nueva imagen de HIT presenta cambios sutiles en el logo, haciéndolo moderno y estilizado, conservando la icónica fruta que siempre lo ha acompañado, un símbolo de la autenticidad y la diversidad de sabores de Colombia. Además, se renovaron elementos gráficos como las hojas para generar más percepción de fluidez y movimiento. La tipografía también cambió a letras más redondeadas, simples y terminaciones irregulares que transmiten cercanía y modernidad sin perder la familiaridad que caracteriza a la marca. Por su parte, los colores siguen siendo el amarillo, el azul y el rojo, congruentes con la identidad colombiana, pilar fundamental para la marca. Estos colores se realzan al haber eliminado las sombras en la composición gráfica. A esto se suma una construcción gráfica complementaria orientada por figuras geométricas que crean patrones de colores que simulan las tradicionales baldosas de las grandes casas, donde se vive la cotidianidad, baldosas llenas de colores que en sus formas generan también las siluetas de frutas.

"Con la evolución de la marca profundizamos en la conexión emocional con nuestros consumidores destacando la diversidad de frutas del país y su papel en la vida cotidiana, especialmente entre los más jóvenes, reforzando así la preferencia que siempre han sentido por HIT", aseguró José Zamorano, director de la Unidad de Negocios de Frutas de Postobón.

Este proceso de renovación de la marca inició hace dos años, donde el primer paso fue el cambio en su modelo de posicionamiento, bajo el lema comercial “como tu sabor no hay dos”, a través de tres pilares. El primero, las frutas como el corazón de la marca, y fuente de sabores, variedad y autenticidad. El segundo, la autenticidad, que resalta la diversidad y la posibilidad de celebrar aquello que hace únicos a los colombianos, y, el tercero, la cotidianidad, al estar presente en el día a día de los colombianos. Posterior a esto, llegó el proceso de renovación del logo y de imagen en empaques, que se realizó con la firma Aldas Brand, la cual, bajo metodologías del Modelo de Diseño Centrado en lo Humano, creó más de 50 ideas gráficas que fueron valoradas por cerca de 530 consumidores por medio de grupos focales e investigaciones en entornos digitales, derivando en opción la seleccionada.

La nueva imagen ya está presente en la comunicación de HIT con una campaña que exalta la autenticidad de cada colombiano. Además, aparecerá progresivamente en los envases y empaques de las presentaciones de vidrio, Tetra Pak y PET reciclables.

"Para mantener y consolidar el liderazgo de nuestra marca consideramos importante renovar la plataforma de comunicación de HIT, evolucionado su expresión central: el logo y los empaques, los cuales presentamos en nuestra nueva campaña, la cual desarrollamos con Sancho BBDO y Akira Producciones", afirmó Janeth Vargas, gerente de Marca Senior de HIT.

HIT apoya a los agricultores de fruta por medio del programa HIT Social Postobón, el cual vincula a 1.576 familias cultivadoras de mango, mora y lulo en 10 departamentos, a quienes acompaña integralmente en el crecimiento de sus cultivos y en el desarrollo de capacidades comunitarias y asociativas con la garantía de la compra de la fruta a precios competitivos. El 14,2% de la fruta adquirida por Postobón para la producción de HIT en 2023 provino del programa HIT Social.

¹ Fuente Nielsen.

Sobre Hit: HIT es la marca líder en la categoría de bebidas con contenido de fruta en Colombia. Cuenta con un portafolio de nueve sabores (mora, mango, naranja-piña, frutas tropicales, lulo, durazno, pera, manzana y naranja). Además, siete presentaciones en diferentes tamaños para consumo personal y familiar, adaptándose a las necesidades de los consumidores.

Sobre Postobón: Postobón es la compañía líder en el mercado de bebidas en Colombia, hace presencia en el 90% del territorio nacional llevando productos alineados con las tendencias de mercado. Postobón participa en los segmentos de gaseosas, bebidas con contenido de fruta, aguas, bebidas de nueva generación (tés listos para beber, isotónicos y energizantes) y cervezas. La compañía cuenta con un fuerte ejercicio de sostenibilidad, el cual la posiciona como una de las 10 empresas empresa con mejores prácticas de inversión social privada en el país. Postobón es la primera compañía de bebidas del país carbono neutro. Para más información visite www.postobon.com.