

Aⁿ



Aragón,
alimentos
nobles

Campaña de Promoción Nacional

(septiembre-noviembre 2021)

 GOBIERNO
DE ARAGON



Reforzando el posicionamiento del sector agroalimentario en torno a la nobleza de los Alimentos de Aragón

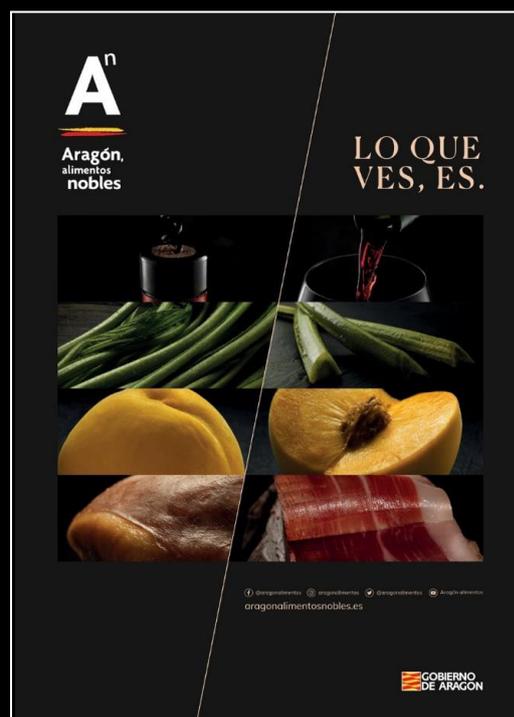
El Gobierno de Aragón, a través de esta campaña nacional, tiene como objetivo seguir apoyando el desarrollo del sector agroalimentario aragonés, aumentando el reconocimiento de su territorio como gran productor y fomentando el valor del origen Aragón como diferenciador, para alcanzar un lugar preferente en la memoria de los responsables de la compra en el hogar.

Los Alimentos de Aragón son aquellos que, debido a las características de su entorno natural y de la cultura agroalimentaria de las personas que los producen, se diferencian por su nobleza. En las personas y alimentos de Aragón “lo que ves por fuera es lo que hay por dentro”.

Los aragoneses, al igual que sus alimentos, no tienen dobleces. Transparencia, seguridad, honestidad, calidad y saber hacer.



El logolema que expresa este posicionamiento consiste en una “A” mayúscula, con la peculiaridad de que está elevada a “n”, junto con la frase “Aragón, alimentos nobles”. De este modo, el exponente “n” se liga directamente con dos conceptos clave de campaña. Por un lado, alude a la “n” de nobleza. Y, por otro, recuerda que los alimentos aragoneses son muchos y variados.



¿Cómo vamos a difundir este posicionamiento?

Plan de medios nacional

(Periodo de la campaña: del 15 de septiembre al 15 de noviembre)



Televisión

170.014.352

Impactos spot +
patrocinios



On Line

302.343.159

Impactos *display*



Exterior

160.466.475

Autobuses Madrid



“Vamos a alcanzar a más del 97 % de los responsables de compra del hogar con una probabilidad de impacto de 125 oportunidades por persona”.

Identificar los productos de Aragón en el Punto de Venta (hipermercados y supermercados)

Para que los compradores –una vez que consigamos con las campañas publicitarias que esta marca sea conocida y valorada– puedan diferenciar y encontrar fácilmente los Alimentos de Aragón en el punto de venta, hemos creado una adaptación del logolema para colocarla sobre ellos.

Uso del logolema en los productos de campaña para identificar el origen aragonés en el lineal.



Etiquetas adhesivas y collarines en producto

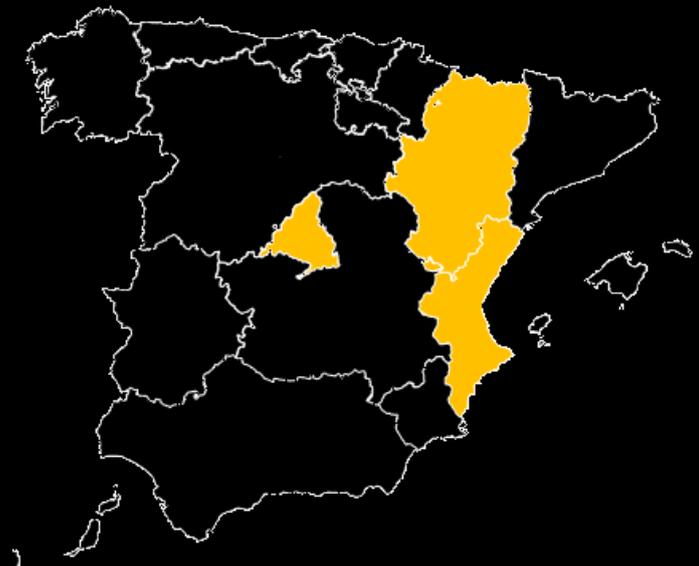


Acciones de promoción en el punto de venta

Periodo de campaña del 23 de septiembre al 21 de octubre.

Campaña en Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid

Se trasladará el posicionamiento de campaña al punto de venta a través de elementos publicitarios en **30 centros** de **3 grandes cadenas** de distribución en España: Carrefour, Alcampo y El Corte Inglés.



Áreas de distribución PLV campaña 2021

Campaña en Aragón

Se realizará una acción paralela en **215** establecimientos de **Alcampo, Alto Aragón, Carrefour, Coaliment, El Corte Inglés, Eroski, Lidl, Makro y Súper Cash Vimar** para reforzar la promoción de los Alimentos nobles de Aragón en su región de origen. La campaña se visualizará también en tiendas de Cooperativas Agroalimentarias de Aragón y en **126** centros de la red de Multiservicios Rurales.



Soportes publicitarios:

- Adhesivos de suelo
- Cabeceras de góndola exclusivas
- Stoppers*
- Carteles
- Stickers*
- Megafonía en tiendas
- Banner en web y redes sociales
- Pantallas digitales en tiendas
- Mesas de producto
- Mupis
- Pantallas interiores
- Folletos con anuncio a página completa
-



PLV interactivo y córners experienciales

La Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón (AIAA) realizará diversas implantaciones con material PLV interactivo y Córners experienciales en “*flagships*” de las cadenas Alcampo, Carrefour, El Corte Inglés y Eroski de Zaragoza, Madrid y Valencia.

Resultados
campaña en
PLV

+150.000
elementos
PLV

+31 Millones
impactos

+300
centros





www.aragonalimentosnobles.es