

Aⁿ



**Aragón,
alimentos
nobles**

Campaña de Promoción Nacional

(septiembre-noviembre 2021)

 **GOBIERNO
DE ARAGON**



Reforzando el posicionamiento del sector agroalimentario entorno 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.

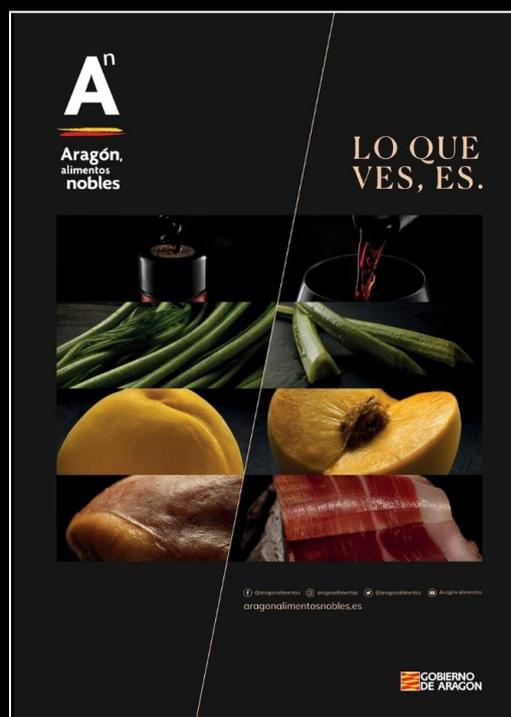
Los Alimentos de Aragón son aquellos que, debido a las características de su entorno natural y de la cultura agroalimentaria de las personas que los producen, se diferencian por su nobleza. En las personas y alimentos de Aragón “lo que ves por fuera es lo que hay por dentro”.

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 la distribución fuera de Aragón

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

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



Soportes publicitarios:

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



Campaña en Aragón

Se realizará una acción paralela en 215 establecimientos de **Alcampo, Alto Aragón, Carrefour, Coaliment, 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.



PLV interactivo y corners experienciales

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



Resultados
campaña en
PLV

+92.000
elementos
PLV



+31 millones
impactos



+300
centros





www.aragonalimentosnobles.es