

CALIDAD
ALIMENTARIA

Reyno Gourmet refuerza su imagen con el lanzamiento de una nueva campaña “Aquí está Navarra / Hemen dago Nafarroa”

Aquí están los productos de calidad de **nuestra tierra**
Hemen daude **gure lurraldeko**
kalitatezko produktiak

Equipo Innovación Cadena de Valor. INTIA.



Reyno Gourmet, la marca de garantía de Navarra, ha presentado su nueva campaña con la finalidad de poner en valor la diversidad de los productos agroalimentarios con calidad diferenciada, la historia y la cultura, de las empresas adscritas a la misma y que se mantendrá los próximos años.

La marca Reyno Gourmet aúna a productos y productores vinculados a Navarra, así como con los valores asociados al territorio, diversidad, tradición, calidad y sostenibilidad del entorno rural. Tras la realización de un estudio de mercado, se vio la necesidad de reforzar el mensaje que uniera a la marca Reyno Gourmet con Navarra, así como que el consumidor perciba el concepto de Calidad, pero alejándola de valores como productos “Premium” o de consumo esporádico. Con estas premisas se decidió lanzar un concurso público que dio como resultado un sello o imagen de refuerzo que busca posicionar a Reyno Gourmet como la marca de ‘Calidad Navarra’ en productos agroalimentarios.

Como colofón, Reyno Gourmet lanza una nueva campaña con la que quiere incidir en el sentimiento y pertenencia a esta región de unos productos que refrendan no solo la calidad sino también la tradición y fidelidad al origen en su forma de producir.

El eslogan de campaña es bilingüe, claro, conciso y directo para que llegue y que no deje lugar a dudas de lo que representa **Reyno Gourmet: El sello de Calidad Navarra / Nafar kalitatea**.



El mensaje principal se sustenta en la percepción positiva que tiene el consumidor sobre la gastronomía navarra, su sector agroalimentario y los productos que lo componen, así como la imagen de pertenencia a su tierra que despierta en los navarros. El resultado es un mensaje directo, sencillo y claro en el que sustenta toda la campaña.

El objetivo principal es refrescar la marca Reyno Gourmet y convertirla en cercana, amable y cotidiana para así llegar de manera más eficaz al público y potencial consumidor. De esta forma, se hace referencia a aspectos más racionales como el producto o la empresa y a otros emocionales como los valores que conforman el sentimiento de pertenencia.

El concepto **'Aquí está Navarra / Hemen dago Nafarroa'** incide en el sentimiento de pertenencia además de que permite desarrollar un discurso basado en:

- ◆ **PRODUCTO:** La singularidad del producto unido estrechamente a la calidad de una marca agroalimentaria.
- ◆ **PRODUCTORES LOCALES:** Permite mostrar las personas y valores que están detrás de cada producto como el desarrollo local, la sostenibilidad del entorno rural, la proximidad, el relevo generacional. Son conceptos de índole más personal y emocional.
- ◆ **CONSUMO:** Refuerza el concepto de su uso en la vida cotidiana y la utilización de los alimentos de calidad de forma diaria.

La campaña mantendrá una misma estructura visual donde juega un papel importante la composición rectangular, refuerza el concepto de etiqueta y de garantía además de permitir transmitir alegría, variedad de productos y frescura.

Con todas las premisas expuestas se ha trabajado en la realización de un spot publicitario para su emisión en diferentes soportes audiovisuales, cuyo tema central incide en que el acto de comer es mucho más, es momento de encuentro, de disfrute y de compartir además de una acción que contribuye al apoyo del proveedor local.

La versatilidad del mensaje y del eslogan de campaña permiten que se adapte a todos los soportes. Se van a utilizar tanto en stands de eventos y publicidad exterior, como en cuñas de radio, banners... dándole uniformidad y coherencia.

La planificación se basa en una estrategia de difusión 360º en Navarra, Euskadi y Madrid para prensa escrita y digital, suple-

Presentación de la campaña



mentos locales y nacionales, radios locales y regionales, televisión, plataformas audiovisuales online, revistas especializadas en gastronomía, mobiliario urbano, autobuses, etc.

Además, se está desarrollando una importante campaña de comunicación en redes sociales, contenidos digitales y una nueva página web, un portal que acogerá todos los productos de calidad certificada de Navarra, recetas, eventos, noticias e informaciones, etc.

El trabajo de Reyno Gourmet no termina aquí y continúa con su compromiso con las empresas a través de la organización de numerosos eventos para su promoción. En el último trimestre del año 2021, las empresas navarras asisten con ayuda de la marca a diferentes ferias de carácter nacional como Organic Food Iberia, Fruit Attraction y el Salón de Gourmets, que tienen lugar en Madrid.

Reyno Gourmet lidera también la organización la VI Semana del Producto Local, que se celebra del 8 al 12 octubre en la plaza del Castillo de Pamplona, con la presencia de más de 30 productores locales.

Finalmente, Reyno Gourmet trabaja en estrecha colaboración con la gran distribución para dar cabida y facilitar la introducción de las empresas navarras en el punto de venta, así como promover el conocimiento y comercialización de nuestros productos. Tras las campañas de Tómbola, E.Leclerc, Eroski y BM en Madrid, para finales de año tiene confirmadas otras campañas en cadenas de pequeño comercio, canal gourmet y gran distribución de Guipúzcoa y Navarra.

El convenio anual entre INTIA y el Departamento de Medio Ambiente y Desarrollo Rural de Gobierno de Navarra hace posible que se desarrolle este ambicioso plan para fomentar notoriedad y el consumo de los productos de las empresas agroalimentarias navarras.