



Son los nuestros, son de calidad

Agricultura pone en marcha la campaña de promoción agroalimentaria “Alimentos de La Rioja” y ofrece asesoramiento a las marcas de calidad

La Rioja ofrece, por primera vez, una imagen común para promocionar los productos agroalimentarios de la región en todos los frentes: puntos de venta al consumidor, ferias sectoriales, eventos gastronómicos y acciones promocionales. Con el lema ‘Son los nuestros, son de calidad’, la campaña “Alimentos de La Rioja”, impulsada por la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, a través de La Rioja Capital, pretende reforzar el conocimiento entre los consumidores de la calidad de sus productos, con una imagen única y global que cree sinergias entre los 25 distintivos de calidad que operan actualmente. Asimismo, una oficina de asesoramiento a las marcas ofrece un amplio catálogo de servicios en materia de comunicación, marketing y promoción.



Esta campaña se enmarca dentro de la iniciativa de promoción La Rioja Capital, una marca que ha sabido consolidarse entre el público riojano tras dos años aglutinando todas las acciones y eventos relacionados con la calidad agroalimentaria. Aprovechando el valor estratégico que supone el afianzamiento

de esta imagen, se ha concebido una campaña que, respetando el grafismo de La Rioja Capital, se centra en el protagonismo de las figuras de calidad, en sus productos y en las empresas que han convertido estos alimentos en referencia y valor añadido de la producción agraria de La Rioja.

Eroski puso a disposición de sus clientes más de 300 referencias de productos de calidad riojanos. / Rafael Lafuente

La campaña “Alimentos de La Rioja” ha sido diseñada contando con la opinión de los representantes de las marcas de calidad, de ahí que se haya creado un original genérico institucional y piezas específicas para los diferentes productos, que serán utilizadas por las figuras de calidad según demanda. En todos ellos, aparecen los logotipos de las 25 marcas de calidad actuales, con el lema ‘Son los nuestros, son de calidad’, creando una imagen y un mensaje unitario para todas las acciones promocionales que se realicen.

Atendiendo también a las demandas del sector, se ha creado una oficina de atención a las marcas con un amplio catálogo de servicios, que incluye el asesoramiento en materia de comunicación, publicidad y promoción, así como la coordinación de jornadas, eventos o cualquier otra actividad.

En los puntos de venta

Además de estar presente en las principales manifestaciones gastronómicas de La Rioja, como las actividades organizadas con motivo de la Capitalidad Española Logroño-La Rioja y las tradicionales que se celebran en distintos municipios de la comunidad, la campaña se centrará especialmente en dar a conocer los productos de calidad a los consumidores en los puntos de venta, tanto en tiendas tradicionales como en supermercados e hipermercados. De ahí que la primera acción desarrollada haya tenido lugar en el hipermercado Eroski de Logroño, en el centro comercial Berceo.

Durante la primera quincena de abril, aprovechando la mayor afluencia

de público de otras comunidades autónomas por la Semana Santa, la cadena de hipermercados dedicó un espacio específico a “Alimentos de La Rioja”, donde se ofrecieron más de 300 referencias de productos riojanos con distintivo de calidad pertenecientes a un centenar de empresas. Dentro de esta línea de promoción en puntos de venta, está prevista también la identificación de todos los establecimientos que ofrezcan alimentos de calidad riojanos.

También fuera

A las actividades previstas dentro de la región se sumará también la presencia en las comunidades vecinas del Norte de España, Barcelona y Madrid, fundamentalmente a través de la asistencia a ferias sectoriales.

La primera escala tuvo lugar en Barcelona el pasado mes de marzo. El consejero de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Íñigo Nagore, fue el encargado de realizar la presentación nacional de la campaña en el mejor escenario posible: el Salón Internacional de Alimentación y Bebidas, Alimentaria 2012.

Esta feria, referente en el sector agroalimentario internacional, contó con la presencia de 70 empresas riojanas, que ocuparon una superficie de 1.625 metros cuadrados. La mayor parte de ellas se agruparon en el salón Intervin, al igual que el pabellón del Gobierno de La Rioja que, además del stand institucional, contó con un amplio espacio que alojó a 28 bodegas y una almazara, ambos ilustrados con el grafismo de “Alimentos de La Rioja” y La Rioja Capital.



La campaña “Alimentos de La Rioja” en el hipermercado Eroski de Logroño. / Rafael Lafuente



Pabellón institucional del Gobierno de La Rioja en Alimentaria 2012. / Consejería de Agricultura

Los representantes de las marcas de calidad asistieron a la presentación en Logroño de la campaña. En la imagen posan junto al presidente Pedro Sanz, el consejero Íñigo Nagore y el director general Igor Fonseca. / Rafael Lafuente

