



“¿Cómo lo haces hoy?” Éxito avalado por los profesionales de la publicidad

**Entrevista a
Mari Luz Santos**
Coordinadora de INTERCUN



**PARA ESTAR AL DÍA VISITA:
www.carnedeconejo.es**

La campaña “¿Cómo lo haces hoy?” reconocida por el sector publicitario

El Festival Europeo de la Publicidad y el Humor le otorga el Premio Especial Anunciante del Año en el Smile Festival 2017 tras ganar en diversas categorías. A este éxito se suma el Premio Best Award Bronce 2017 en la categoría “Precocinados y Congelados, conservas y productos cárnicos” por la pieza “Abuela-Yoga”.



El Ateneo de Madrid ha sido el escenario elegido para la celebración del acto de entrega de los premios del Festival Europeo de la Publicidad y el Humor. En su última edición, estos galardones han distinguido a la última campaña de INTERCUN, “¿Cómo lo haces hoy?”, con nada menos que 13 galardones, lo que conlleva el reconocimiento del “Premio Especial

Anunciante del Año” a la Interprofesional.

La encargada de recoger el galardón, en el acto de entrega de premios celebrado el pasado día 10 de marzo, ha sido la coordinadora de la Organización Interprofesional para impulsar el Sector Cunícola, INTERCUN, Mari Luz Santos, acompañada por el equipo de la agencia Tactics Europe, creadora de la campaña premiada. Una nueva

estrategia y posicionamiento, protagonizada por una divertida abuela, con un gran potencial para explicar lo fácil y sencillo que resulta incorporar la carne de conejo a nuestro día a día. Las piezas de esta nueva acción son spots de 30, 20 y de 10 segundos, que se pueden ver en cine y televisión, y a los que acompaña una dinamización a través de las redes sociales (Facebook, YouTube y Twitter).

Best Awards

Este no ha sido el único reconocimiento de la campaña desarrollada por Tactics Europe. Y es que también ha sido distinguida con el premio “Best Awards Bronce” al mejor spot. Concretamente, la pieza “¿Cómo lo haces hoy?” Abuela-Yoga ha sido la reconocida por el jurado como una de las mejores de todo el año, en el sector de “Precocinados y Congelados, conservas y productos cárnicos”.

De nuevo, un reconocimiento a la decisión de la Organización Interprofesional de llevar a cabo un cambio en la comunicación, apostando por modernizar su producto con un toque de humor que ayude a conectar con el consumidor final. En su edición de 2017, los “Best Awards” han elegido el Hotel Eurostars Madrid Tower para el acto de entrega de los galardones. Estos premios, uno de los más reco-

nocidos del sector del Marketing Alimentario, están organizados por Ediciones y Estudios, un grupo de comunicación que integra a cabeceras como IPMark, Restauración News o DA Retail, en colaboración con la feria Alimentaria. Cuentan con la particularidad de ser el único certamen donde se exponen la totalidad de las piezas presentadas en cada una de las categorías.

Palmarés Smile Festival 2017



¿CÓMO LO HACES HOY?

- MEJOR IDEA ORIGINAL EN SPOT TV
- MEJOR IDEA ORIGINAL EN SPOT WEB
- MEJOR IDEA ORIGINAL EN SPOT CINE
- MEJOR CAMPAÑA PUBLICITARIA
- MEJOR USO DEL MENSAJE EN SPOT TV

¿CÓMO LO HACES HOY? "YOGA"

- MEJOR USO DEL MENSAJE EN SPOT WEB
- MEJOR USO DEL MENSAJE EN SPOT CINE
- MEJOR MENSAJE EN SPOT TV

¿CÓMO LO HACES HOY? "ROMERO"

- MEJOR MENSAJE EN SPOT WEB
- MEJOR MENSAJE EN SPOT CINE

¿CÓMO LO HACES HOY? "FÚTBOL"

- MEJOR PRODUCCIÓN EN SPOT TV
- PRODUCCIÓN EN SPOT WEB
- MEJOR PRODUCCIÓN EN SPOT CINE

Todo esto a su vez conlleva el haber obtenido el PREMIO ESPECIAL ANUNCIANTE DEL AÑO al cliente INTERCUN. CARNE DE CONEJO por la campaña ¿Cómo lo haces hoy?



La campaña apuesta por modernizar la carne de conejo con un toque de humor que ayude a conectar con el consumidor final

FICHA TÉCNICA CAMPAÑA ¿CÓMO LO HACES HOY?



Agencia: TACTICS EUROPE

Anunciante: INTERCUN

Producto: Carne de Conejo

Sector: Alimentación

Directores Creativos: José Fuentes, Miriam Martínez

Directora Servicios al Cliente: Verónica Seguí

Director de Planificación Estratégica: Óscar Mozún

Directora de Cuentas: Beatriz Plana

Supervisor de Cuentas: David Montenegro

Productora: LEE FILMS

Realizador: ANTÁRTICA

Producer: Alfonso Cuadra

Director de fotografía: Ángel Iguacel

Coordinación de postproducción: Frank Cañizares

Piezas: 1 spot vs 30", 1 vs de 20" y 5 VERSIONES 10"

Título: "CARNE DE CONEJO. ¿CÓMO LO HACES HOY?"

Sinopsis: Campaña de fomento del consumo de carne de conejo

La carne en RNE 5: La cría de conejo de granja



INTERCUN participa en la vigésimo tercera entrega de la serie radiofónica dedicada a la carne y sus derivados “desde la granja a la mesa”. En ella se destaca que la cunicultura es una actividad ganadera indispensable para la sostenibilidad socioeconómica y territorial de zonas desfavorecidas del medio rural.

En este reportaje se destaca que el consumo de la carne de conejo está estrechamente vinculado a la dieta mediterránea, declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. “La cunicultura da sus primeros pasos en el siglo XVI de la mano de los monjes y se van definiendo las mejores razas para la producción cárnica. Las granjas tomaron el relevo de los monasterios con el paso de los siglos”, destaca el reportaje, hasta constituirse en nuestros días “en una actividad ganadera indispensable para la sostenibilidad socioeconómica y territorial de zonas desfavorecidas del medio rural, allí donde no hay actividades económicas alternativas”, según indica en el mismo M^a Luz Santos, coordinadora de la Interprofesional Cunicola INTERCUN. España cuenta con un censo de unas 1.600 explotaciones y están sometidas a un proceso de reestructuración. Los cunicultores eligen la forma de afrontar la actividad económica de la producción de carne de conejo, bien como propietarios de los animales, en régimen de integración vertical, o bien empleando la fórmula del cooperativismo. “Esta última fórmula de gestión tiene ventajas como la comercialización en común, ofrece importantes servicios y asesoramiento y apuesta por crecer en tamaño y por avanzar en la cadena de valor”, detalla Victorio Manuel Collado, técnico de Ganadería de



Cooperativas Agro-alimentarias, en este espacio radiofónico.

Más voces

La cría de conejo de granja de aptitud cárnica se beneficia del elevado número de crías que tiene una hembra reproductora en cada parto y de los ciclos reproductivos, cortos e intensos, explica el cunicultor gallego José Luis Santaclara, responsable de Cunicultura de la organización COAG. En la Unión Europea se imponen los más elevados estándares de calidad y bienestar animal, según el Modelo de Producción Europeo. El confort

de un conejo de granja implica tanto una buena salud del animal como medidas de bioseguridad en las explotaciones para evitar la entrada de gérmenes patógenos, según Ignacio Badiola, científico del Centro de Investigación CReSA del IRTA.

Todas estas voces participan en este reportaje, que forma parte de esta serie que se emite cada semana en la cadena pública de radio y se adscribe a la radiofórmula de Radio 5, basada en la redifusión de contenidos, reforzada, a su vez, por su divulgación a través de las redes sociales.



Mari Luz Santos

Coordinadora de INTERCUN

“Es fundamental que vayamos todos en una misma dirección”

Álvaro Báñez - Periodista agroalimentario

¿En qué momento se encuentra el seno de la Interprofesional? Dada la deriva de los últimos meses, parece que hoy día existe cierto clima de entendimiento...

Una Interprofesional no deja de ser una asociación de asociaciones. Eso significa que hay que poner de acuerdo a entidades variadas con

intereses distintos, algo que es siempre complicado. Eso en esta Interprofesional y en cualquier otra. Poco a poco vamos avanzando, y al final la estrategia que estamos siguiendo es relativamente sencilla: trabajar en los temas de interés común a las asociaciones que lo componen: promoción y mejora del consumo, la imagen y

la transparencia del sector. Este sistema de buscar consenso en los temas que nos unen y dejar de lado los temas que nos desunen está dando buen resultado.

Tras la marcha de Rebeca Vázquez, la gerencia quedaba vacía y usted ha sido designada como coordinadora. ¿Cómo se



Estamos tratando de cambiar la forma de entenderse entre las distintas partes de la Interprofesional, buscando un sistema de decisiones basado en el consenso amplio

estructura actualmente la cúpula de INTERCUN?

La anterior gerente decidió salir de INTERCUN para buscar nuevos horizontes profesionales. La función que en estos momentos desempeña la coordinación es la misma que la de la gerencia: coordinar a todas las organizaciones que forman parte de INTERCUN. Lo que sí que estamos haciendo es tratar de cambiar la forma de entenderse entre las distintas partes y buscar un sistema de decisiones basado en el consenso amplio y en el entendimiento, no tanto en un sistema de mayorías simples por votación. El secreto está en trabajar los temas hasta tal punto en que todo el mundo esté de acuerdo.

¿Qué objetivos se marca la interprofesional a corto y medio plazo?

Ya en la primera reunión de esta nueva etapa se fijaron, dentro de los objetivos generales de INTERCUN, cuáles eran los prioritarios. A los anteriormente citados sobre la promoción, el consumo, la imagen y la transparencia, se añadieron otros aspectos como dar estabilidad a la Interprofesional, elementos todos ellos elementales a la hora de poder funcionar. Sin duda, el aumento del consumo es uno de los paradigmas fundamentales. Hay que aumentar ese consumo, pero que sea un

consumo de valor para que eso se vea reflejado a lo largo de la cadena cunícola y repartir de una manera equilibrada ese aumento de valor.

¿Cuál es la actual situación sectorial que vive el sector cunícola español?

A nivel de mercado ha mejorado un poco. Eso también da cierta tranquilidad aunque no es más cierto que los productores siguen "raspando" los costes de producción. El grado de entendimiento parece que también va mejorando y eso también facilita las cosas.

¿Qué balance hace de la última campaña de promoción de INTERCUN? Al menos, en lo que a premios se refiere, parece que ha sido exitosa...

El tema de los premios puede parecer anecdótico, pero no deja de ser un reconocimiento. El spot era bueno y ha funcionado. La gente por la calle nos habla del spot, desde el ámbito agroalimentario la gente nos confirma que ha gustado, que hemos dado en el clavo. Nadie duda que ha aportado notoriedad y eso se ha visto reflejado en el aumento en el número de seguidores de nuestras redes sociales.

El rédito obtenido desde el punto de vista de premios publicitarios, ¿ha venido acompañado por un

incremento en las ventas de carne de conejo?

En esta ocasión no lo hemos podido cuantificar, pero de cara a la siguiente oleada trataremos de medir el consumo antes y después de la campaña. Por otro lado, hemos visto márgenes de mejora en el lanzamiento de la campaña puesto que, aunque ha tenido notoriedad, no tenemos tan claro que ha supuesto un fuerte aumento de ventas de carne de conejo. Estamos tratando de identificar la causa y trabajar de manera paralela con la distribución. Es verdad que muchas empresas de distribución han colaborado activamente con la campaña, haciéndose eco de la misma con medidas de sinergia con la campaña, pero tenemos que trabajar más a la hora de sensibilizar a las cadenas del enorme esfuerzo económico que realizan tanto los ganaderos como los industriales, para que ellos apoyen la campaña con mayor fuerza.

Lo que parece un hándicap es que el consumo de la carne de conejo está aún alejado del público joven, un target al que precisamente se busca en la campaña...

El anuncio juega con la vertiente de tradición y modernidad. La abuela, que siempre es una de las mejores consejeras en tu vida, y el nieto que representa los nuevos hábitos de vida, con poco tiempo y dedicación a la cocina. Por un lado, viene bien refrescar esas recetas al público que representa la abuela y, por otro lado, el público infantil y juvenil, más alejado del consumo de la carne de conejo, hay que captarle indicándole que la carne de conejo es muy sana, apta para deportistas y fácil de preparar. De hecho, les queremos indicar que hay nuevos formatos de presentación de los productos, tanto en la carnicería tradicional como en la gran distribución. Nuestra labor debe ir encaminada también a dar a conocer esos formatos aún desconocidos entre los jóvenes.

¿Cuales son las campañas de promoción/iniciativas que se están fraguando en estos momentos en el seno de la Interprofesional de cara a los próximos meses?

Dado que la primera oleada del spot de la abuela ha funcionado bien, la idea es continuar en sucesivas oleadas, en las que se mejoren determinados aspectos. En este sentido, se ha solicitado una campaña europea, ahondando en estos mismos materiales pero profundizando en acciones para intentar cofinanciar esta acción que ya se ha demostrado que funciona.



¿De qué plazos estamos hablando en relación a la campaña europea?

Nosotros ya hemos presentado la campaña en colaboración con la Asociación Portuguesa de Cunicultura, ASPOC, aunque con mayor peso de INTERCUN. Es un programa múltiple, con acciones en España y en Portugal, para la mejora del consumo y la imagen de la carne de conejo a través de los elementos de la última campaña. Hacia el 20 de octubre sabremos si somos o no beneficiarios de esta campaña, a ejecutar en los años 2018, 2019 y 2020.

Por otro lado, ¿cuál es el actual nivel de cumplimiento de última extensión de norma aprobada? En ella se aprobó la paridad de las aportaciones a la Interprofesional de las distintas partes...

Precisamente creo que ha sido un elemento que ha aportado cierta tranquilidad en el seno de INTERCUN, ya que es algo que creo que únicamente ocurriría en esta interprofesional. Por otro lado, se siguen manteniendo los mismos niveles de cumplimiento, que ya de por sí son altos, en torno al 90%. Ahora mismo estamos en proceso de renovación de la extensión de norma, porque la modificación afectó a la recaudación pero no al periodo. De hecho la extensión de norma finaliza



Hemos solicitado una campaña europea ahondando en los materiales de la actual campaña de promoción de la carne de conejo

el 30 de junio de 2017. La idea es que haya continuidad en la recaudación y en las líneas de actuación.

Por otro lado, está establecida una mesa de trabajo/coordinación con la distribución. ¿Qué tal está funcionando?

Los comités de enlace de las Interprofesionales con la distribución es un sistema previo a la entrada de ese eslabón en su seno, para que tanto ellos como nosotros podamos testar si somos capaces de funcionar conjuntamente, sin hacer nada que luego sea irreversible. Al final, la Interprofesional es una asociación de asociaciones donde el equilibrio es complejo. De momento, al comité de enlace acuden ANGED, ASEDAS, ACES y CEDECARNE por parte de la distribución. Estamos relativamente satisfechos, porque

nos aportan un conocimiento preciso sobre los hábitos y necesidades de los consumidores, y eso es una información muy valiosa para todas las acciones de la Interprofesional, concretamente para las actuaciones de promoción. Si les conseguimos implicar en las campañas de promoción, nos viene muy bien conocer las impresiones de algunos de sus técnicos en marketing. De alguna manera, les hacemos copartícipes de nuestra campaña. Por otro lado, nos permite sensibilizar a las asociaciones de la distribución y, por ende, a las empresas que representan, del enorme esfuerzo presupuestario que hace una Interprofesional pequeña, de un sector pequeño como es el cunícola. Es fundamental que vayamos todos en una misma dirección y para que nadie se salga de la estrategia común.



DESDE LA GRANJA HASTA LA MESA

FOCCON
Fomento del consumo de la carne de conejo



**VISITA
LOS NUEVOS
CANALES DE
COMUNICACIÓN
DE INTERCUN**



**HACIA EL CONSUMIDOR
Y EL SECTOR**

intercun.chil.org



HACIA EL SECTOR

www.intercun.org

**INFORMACIÓN DE MERCADOS
902 500 597**

Extensión de Norma de
INTERCUN

En caso de que le surja alguna duda sobre la Extensión de Norma, para solucionarla, deberá ponerse en contacto con la empresa de la transformación a la que vende su producción o con los representantes de las asociaciones de productores más próximos a su explotación.

INTERCUN INFORMA

es una publicación de la Organización Interprofesional Cunicola INTERCUN.

Para más Información:

Intercun: C/ Juan XXIII, 16, B, 3

Azpeitia (Guipúzcoa)

Telf.: 943 083 887

www.intercun.org · admin@intercun.org