



CASTILLA Y LEÓN

Una marca para distinguir la excelencia



◀ 19 DE MAYO DE 2011 ▶

tierra de sabor

- ❑ ¿por qué una nueva marca de alimentos de calidad de Castilla y León?
- ❑ construyendo una marca, a partir de valores con arraigo en la sociedad
- ❑ el momento de la verdad, resultados del proyecto tras dos años de vida

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor



**¿por qué una nueva marca
de alimentos de calidad
de Castilla y León?**

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

¿por qué una nueva marca de alimentos de calidad de Castilla y León?

consideraciones de nuestro sector

Castilla y León es una de las regiones más importantes de España en la **producción de materias primas y alimentos**, con una clara orientación hacia la **calidad**



sin embargo, se trata de un **sector muy atomizado y disperso** más de 3.200 industrias agroalimentarias y cerca de 60 figuras de calidad

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

¿por qué una nueva marca de alimentos de calidad de Castilla y León?

consideraciones del entorno

existe una gran **saturación** de **superficie comercial**
10,4 millones de m² de libreservicio y más de 16.000 establecimientos



las **grandes marcas** y la **MDD** compiten ferozmente por el espacio en el lineal
existe creciente **indiferencia** y **falta de relevancia** de la mayoría de las marcas
para los consumidores, que buscan más que nunca **productos con valor**

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

¿por qué una nueva marca de alimentos de calidad de Castilla y León?

consideraciones del entorno

por otro lado, existe una gran oportunidad en el mercado
los **productos locales de calidad**



productos con **tradición, historia y nombre y apellidos**
de las **materias primas** con los que están elaborados

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor



**construyendo una
marca, a partir de
valores con arraigo
en la sociedad**

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

construyendo una marca a partir de valores con arraigo en la sociedad

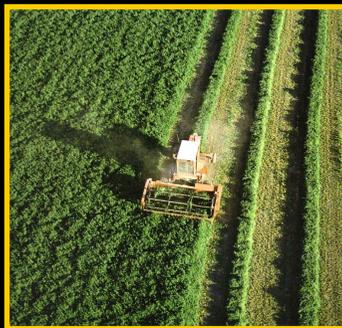
creando valor a las personas y a la comunidad

estrategia



**Junta de
Castilla y León**

Consejería de Agricultura y Ganadería



**sector
primario**



**industria
agroalimentaria**



**canales de
distribución**



**consumidor
final**

mercado

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

construyendo una marca a partir de valores con arraigo en la sociedad

creando valor a las personas y a la comunidad

un elemento de
imagen común



vinculación de las

materias primas

al territorio de Castilla y León



demostrar una

calidad superior

del producto

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

construyendo una marca a partir de valores con arraigo en la sociedad

creando valor a las personas y a la comunidad

las marcas deben compartir valores con sus clientes

- es una gran confianza para toda la familia. La decidida **apuesta por la calidad**, es la característica común de todos nuestros productores.
- es apoyar principalmente a **pequeños y medianos productores locales**, poniendo una 'cara' detrás de cada uno de los alimentos que adquirimos y consumimos.
- contribuye al **desarrollo económico sostenible** así como al asentamiento de población en el medio rural.
- tiene un impacto **positivo para nuestro medio ambiente**, reduce los costes de transporte y el tiempo entre la recolección y/o elaboración y su consumo.
- contribuye a **preservar la identidad local** de las áreas de producción, así como la herencia agrícola y cultural de los estos territorios.

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

construyendo una marca a partir de valores con arraigo en la sociedad

impulsando el conocimiento de la marca



campañas publicitarias **promoción de ventas**
ferias y patrocinios

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor



el momento de la
verdad, resultados del
proyecto *tierra de sabor*
tras dos años de vida

Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

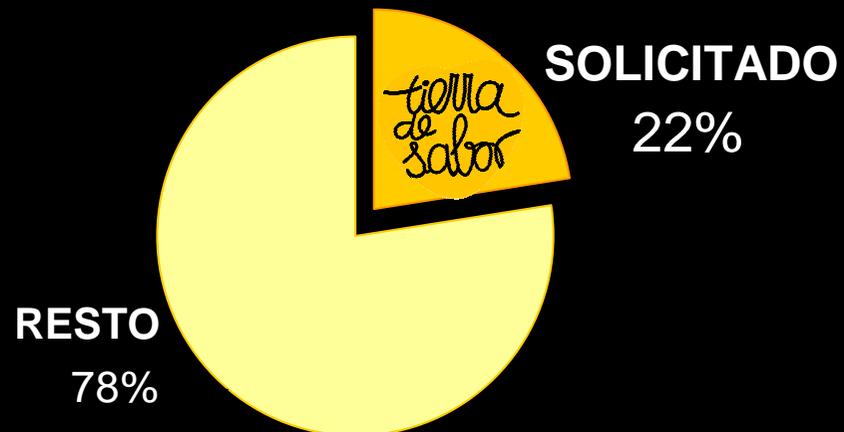
BALANCE 2010

RESULTADOS DE INDUSTRIAS Y PRODUCTOS AUTORIZADOS



RESULTADOS DE LA MARCA

EN SOLO 2 AÑOS, **820 EMPRESAS** HAN
SOLICITADO EL USO PARA **4.687 PRODUCTOS**
22% DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA
de CASTILLA Y LEÓN



Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

BALANCE 2010

RESULTADOS DE CONOCIMIENTO DE MARCA

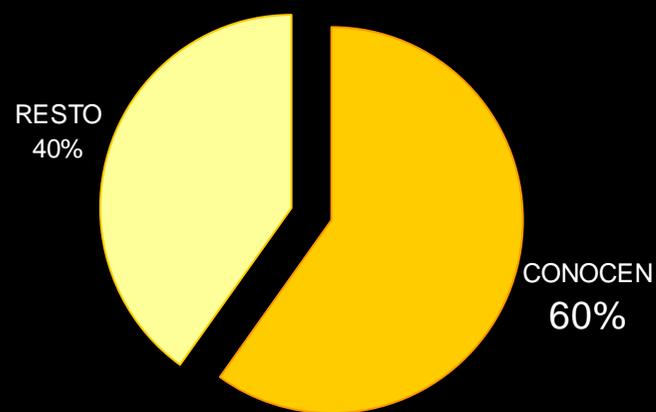
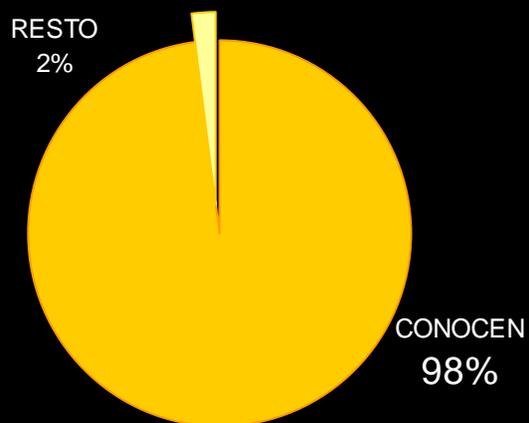
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA MARCA

DESDE SU LANZAMIENTO EN MARZO DE 2009 (Fuente: NIELSEN)

NOTORIEDAD EN CASTILLA Y LEÓN



NOTORIEDAD TOTAL ESPAÑA



Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

BALANCE 2010

PROMOCIÓN 'MULTIPRODUCTO' EN CADENAS DE DISTRIBUCIÓN



RESULTADOS DE LA ACCIÓN

- PARTICIPACIÓN DE 1.054 ARTÍCULOS
- INTRODUCCIÓN DE 498 NUEVOS PRODUCTOS
- 84% EMPRESAS < 50 EMPLEADOS
- PARTICIPACIÓN DE TODOS LOS SECTORES



Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

BALANCE 2010

PROMOCIÓN 'MULTIPRODUCTO' EN CADENAS DE DISTRIBUCIÓN



RESULTADOS DE LA ACCIÓN

- PARTICIPACIÓN DE 5 GRANDES CADENAS:
EL CORTE INGLÉS, CARREFOUR, ALCAMPO, LECLERC Y EL ÁRBOL
- + 600 PUNTOS DE VENTA EN TODA ESPAÑA
- +20.000.000 DE CLIENTES CONJUNTAMENTE



Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

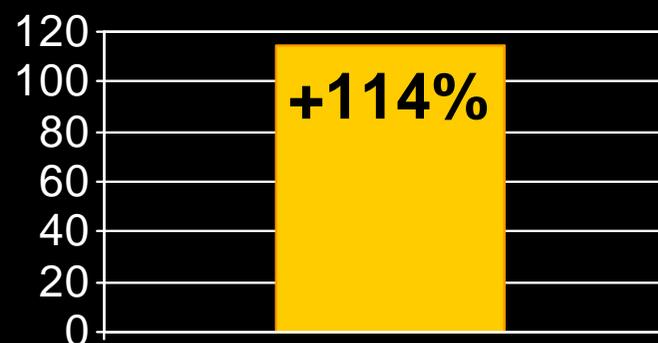
BALANCE 2010

PROMOCIÓN MONOGRÁFICA 'LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN'



RESULTADOS DE LA ACCIÓN

- PARTICIPACIÓN DE 6 GRANDES CADENAS
- 935 SUPER/HIPER DE TODA ESPAÑA
- 62% DE INCREMENTO DE CERTIFICACIONES
- PARTICIPACIÓN DE 2.075 GANADEROS



VENTAS

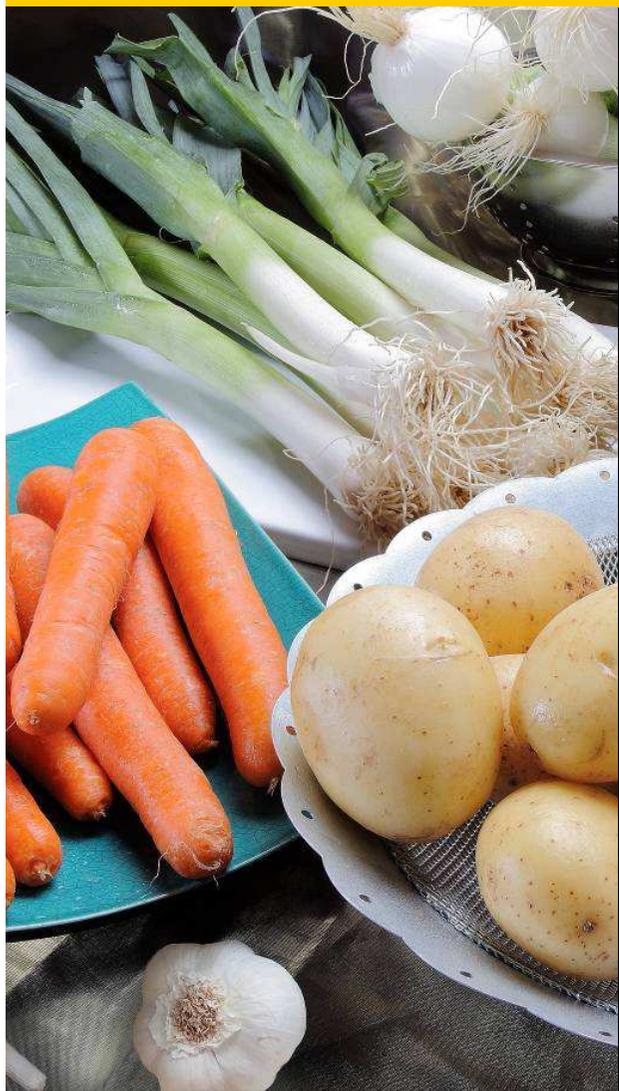
Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

BALANCE 2010

PROMOCIÓN MONOGRÁFICA 'HORTALIZAS DE CASTILLA Y LEÓN'



RESULTADOS DE LA ACCIÓN

- **MOMENTO ÓPTIMO DE CONSUMO**
- **PARTICIPACIÓN DE 12 GRANDES CADENAS**
- **1.081 SUPER/HIPER DE TODA ESPAÑA**
- **PARTICIPACIÓN DE 975 AGRICULTORES**



Una marca para distinguir la excelencia



tierra de sabor

BALANCE 2010

PRESENTACIÓN DE LA MARCA DE CALIDAD 'QUESO CASTELLANO'



NUEVA MARCA DE CALIDAD

- **IMAGEN HOMOGÉNEA QUESOS DE CALIDAD**
- **IMPULSO DE LA COMERCIALIZACIÓN**

Queso Castellano

26 INDUSTRIAS DE LA COMUNIDAD

12.223.000 Kg.

DE PRODUCCIÓN CONJUNTA ESTIMADA



CASTILLA Y LEÓN

Una marca para distinguir la excelencia



info@tierradesabor.es