

INTERCUN

Informa



abril 2009

Boletín Informativo de Cunicultura

nº44

COMER OK ES COMER
CARNE DE CONEJO

FAMOSOS CON LA
CARNE DE CONEJO

TOUR COMER OK EN
LOS GIMNASIOS

COMUNICACIÓN DIRECTA
A PROFESIONALES DE
LA SALUD

REPERCUSIÓN
ESPERADA DE LA
CAMPAÑA

Arranca la campaña de promoción del consumo de la carne de conejo 2009



COMER OK ES COMER CARNE DE CONEJO

La campaña de comunicación se basa en contenidos científicos y respaldados para obtener resultados contundentes y duraderos en el tiempo. Por ello se realizarán estudios científicos que permitan dar contenidos basados en la evidencia científica que servirán de ganchos de comunicación para las diferentes acciones de comunicación.

Para transmitir los mensajes se contará con la colaboración de celebrities acordes con la imagen que queremos dar de la carne de conejo. Prescriptores que sean un referente y ofrezcan credibilidad a los consumidores de los distintos segmentos de población.

Por ello contaremos con prescriptores de referencia en distintos ámbitos: Gervasio Deferr (medalla Olímpica), Mario Sandoval (estrella Michelin), Carlos de Teresa (referente en nutrición deporte), Susana Monereo (Líder de opinión sobre alimentación y hábitos de vida saludables). Los Líderes de opinión con los que vamos a trabajar avalarán los documentos elaborados para la campaña, guías, folletos, publinreportajes, entrevistas en medios escritos y radio, congresos, ferias, etc.

Las recomendaciones en materia de alimentación por parte de los profesionales de la salud se ha revelado como la forma más eficaz de implantar nuevos hábitos alimenticios en la población por lo que es imprescindible hacer una campaña de formación e información ambiciosa enfocada a la comunidad médica.

Se hará llegar un mensaje rotundo y respaldado sobre las cualidades de la carne de conejo a los prescriptores salud: "Comer OK es comer carne de conejo" para ello se elaborarán distintos materiales para hacer llegar a los influenciadores estratégicos en materia de alimentación y en salud (endocrinos, médicos especialistas en deporte, dietistas, cardiólogos, médicos generales) Guía practica comer Ok y revista Carne de Conejo y Alimentación equilibrada.

Los medios de comunicación cada vez más son fuente de información sobre alimentación y

requieren una información respaldada y de calidad que ofrecer a sus lectores.


Por medio del Gabinete de noticias positivas se difunden noticias de interés para los medios optimizando el número de apariciones en los medios de comunicación tanto en diarios, revistas, como en televisión y radio.

Así mismo se utilizarán los medios *on line* para generar mensajes positivos sobre la carne de conejo en Internet a través de foros y blogs de salud y gastronomía.

Además coincidiendo con los periodos estratégicos de la campaña se realizarán publinreportajes en diversos medios para cubrir los segmentos de población principales de la campaña: Cocina Ligera, Dieta Sana, Comer Bien, Clara, Mía, FHM, SaberVivir y A tu Salud, Sport Life, Mens's Health. En cuanto a acciones directas al consumidor se realizará el "tour comer OK" en el que se profundizará en la recomendación de incluir carne de conejo dentro de una alimentación sana para toda la población.

Para ello se realizarán numerosas acciones de animaciones en el momento de la compra. La forma de llegar será divertida pero a su vez ofreciendo información respaldada para asegurar la credibilidad de los mensajes. También se realizarán un importante número de charlas prácticas y didácticas tanto en centros comerciales como en Asociaciones de consumidores, Amas de Casa, etc.

Además se llegará a 300 gimnasios y centros deportivos por medio de materiales adaptados a cada uno de los colectivos.

Como referencia, unificación de los mensajes y fuente de información sobre las cualidades de la carne de conejo, el Servicio de Información Nutricional sobre la Carne de Conejo estará a disposición de consumidores, periodistas, colegios, gimnasios, autoridades, etc. Por último, para potenciar los resultados en los periodos del año estratégicos se realizará una ambiciosa campaña de alcance nacional en Radio y Televisión. 

FAMOSOS CON LA CARNE DE CONEJO

La transmisión de los mensajes de la campaña de promoción por medio de personajes famosos es algo esencial para que ésta sea "vea" en los medios de comunicación. Para conseguir esta notoriedad los famosos que van a comunicar las excelencias de la carne de conejos serán los siguientes:

Gervasio Deferr, gimnasta catalán, se ha convertido en uno de los mejores y más laureados deportistas de España. Se convirtió en el campeón olímpico de salto masculino en los Juegos Olímpicos de 2000, en Sydney. Cuatro años más tarde, en los Juegos Olímpicos de 2004, en Atenas, repitió la hazaña. En los Juegos Olímpicos de Pekín 2008, sus terceros Juegos, participó en el concurso completo por equipos, quedando 11º y clasificándose con la mejor tercer marca. Deferr ha conseguido para la final de suelo, en la que obtuvo la medalla de plata. Gervasio será la imagen que se utilizará en las acciones en gimnasios y deportistas.




Mario Sandoval ha conseguido cosechar una de las carreras profesionales más consolidadas y respetadas del mundo de la gastronomía. Recibió el primer premio del "IX Campeonato de Cocina de España" en 2004, el primer premio en el "VI Certamen Nacional de Gastronomía" en 2003, y una estrella Michelin. Su cocina es para quienes buscan el equilibrio entre la tradición y la vanguardia. Ofrece cocina sana y de calidad a precios asequibles. Sandoval desarrollará un recetario exclusivo para INTERCUN y ayudará a promocionar el consumo de la carne de conejo en los grandes medios de comunicación.



La carne de conejo es un alimento sano y recomendable en todo tipo de dietas, para transmitir estos mensajes a la comunidad médica dos profesionales de prestigio se encargarán de generar y transmitir la conveniencia del consumo de la carne de conejo en la dieta habitual. Estos van a ser:

Dr. Susana Monereo Jefa de la Sección de Endocrinología y Nutrición del Hospital de Getafe (Madrid). Es miembro de la Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición. En la actualidad compagina sus actividades docentes, clínica, investigadora y divulgadora en distintos medios con la publicación de artículos y libros sobre su especialidad. Es colaboradora de distintos medios de comunicación.

Dr. Carlos de Teresa es coordinador médico del Centro Andaluz de Medicina del Deporte. Hospital Universitario San Juan de Dios. Granada. Director del Grupo de Investigación "Medicina deportiva: Riesgo cardiovascular y Rehabilitación". Consejería de Educación y Ciencia. Junta de Andalucía. Coordinador de la Unidad Mixta de Investigación en Ciencias de la Salud y Ejercicio. Universidad de Granada y Consejería de Turismo y Deporte. Director Científico del Programa de Alimentos y Salud de la Fundación Española del Corazón. Es miembro del Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. 

Plan de medios para promocionar la Carne de Conejo

Una parte muy importante de los fondos recaudados a través de la extensión de norma van a ser invertidos en la promoción del consumo de la carne de conejo en televisión y radio, al ser estos los medios que más alcance tienen.

La primera parte de la campaña se va emitir entre mayo y junio, dejando una segunda para final de año.

PROMOCIÓN EN TELEVISIÓN

Se va a hacer una primera oleada de anuncios en TeleMadrid, TV3 y 8TV en Cataluña y en el Canal 9 de la Comunidad Valenciana. Por medio de la emisión de anuncios de 20 segundos, patrocinio de algunos programas o emisión de publirreportajes de un minuto se dará cobertura a cerca de 8 millones de consumidores, y se producirán 77 millones de contactos, es decir, que, como media, un consumidor verá algún espacio promocionando el consumo de la carne de conejo, por lo menos 9 veces.

En **TeleMadrid** se van a emitir spots de veinte segundos en horario de mañana dentro de los programas "Buenos días Madrid" y "Alto y Claro".

En **TV3** estos se emitirán dentro de los programas "Els Matins a TV3", "TV Comarques" y "El Club".

En **8TV**, emisora de alcance Autonómico a través del TDT en Cataluña, se emitirán una media de 7 promociones a lo largo de todo el día.

Por ultimo en la Comunidad Valenciana se van a emitir, en el **Canal 9**, 275 anuncios, lo que supone una media de 4 anuncios al día. En esta cadena también se van a patrocinar 10 emisiones del programa "Tan de gust", espacio especializado en cocina que se emite a diario, antes de comer.

CAMPAÑA EN RADIO

Para la radio se ha decidido dar una cobertura nacional y en las cadenas de mayor audiencia. Así entre la Cadena Ser y Punto Radio se cubre el prácticamente el 20% de la población, lo que supone un publico estimado en 7 millones de consumidores, produciéndose más de 100 millones de contactos.

En la **Cadena Ser** se emitirán cuñas de 20 segundos los programas "Hoy por Hoy", "Hora 14" y "A vivir que son dos días".

En cambio en **Punto Radio** se emitirán unos espacio patrocinados de cinco minutos de duración dentro de los programas "Protagonistas", "Queremos Hablar", "De costa a costa", "Primera Plana fin de semana", y "La Trilla".

TOUR COMER OK EN LOS GIMNASIOS

Se enviarán a los gimnasios de España material informativo sobre las características nutricionales de la carne de conejo. Para esto se generará cartel y un newsletter que será distribuido por un importante número de gimnasios de España.

Por medio de esta acción se informará a personas interesadas en cuidar su salud sobre cómo se adapta la carne de conejo a sus exigencias nutricionales. Este colectivo, de entre 25 - 40 años, no consumen habitualmente carne de conejo, pero que también desconocen que esta carne es una carne alternativa a otros productos cárnicos considerados como saludables como el pollo. ◆



COMUNICACIÓN DIRECTA A PROFESIONALES DE SALUD

La carne de conejo es una carne sana, que es adecuada para una gran variedad de dietas. Por medio de visitas directas a prescriptores de dietas (médicos generales, especialistas, dietistas, etc) se informará de las características nutricionales y saludables de este alimento, aportándoles ideas de cómo incluirlo en diversos tipos de dietas, en función de las necesidades de cada paciente. Estas visitas irán apoyas con la entrega de material técnico, con base científica, que respalde los mensajes presentados, pero que además aportará ideas de cómo cocinar la carne de conejo de un modo fácil y sano. La recomendación del consumo de la carne de conejo por parte de un profesional de la salud tiene diversas ventajas, por una parte, convence al paciente de la necesidad de adquirir este alimento, pero es que además tiene un efecto multiplicador, ya que éste se lo contará a sus parientes y amigos, haciendo campaña de modo indirecto. ◆

REPERCUSIÓN ESPERADA DE LA CAMPAÑA

La información que reciben los consumidores por parte de los prescriptores tiene un impacto mucho mayor y duradero. La campaña para la promoción de la carne de conejo al ser un alimento con cualidades nutricionales destacables permite una difusión de la información contundente por parte de los profesionales de la salud. Los mensajes respaldados a nivel científico y la repetición del mensaje son factores clave para conseguir el recuerdo de compra. Son los medios de comunicación la fuente de información sobre alimentación y nutrición más usada por los madrileños (33%), seguido de internet (25%) y los médicos 12,2 %.

En cuanto al nivel de credibilidad en una puntuación del nivel de credibilidad de información sobre alimentación en una escala del 1 al 10. El primer lugar lo ocupan los médicos con un 8; las farmacias: 7, 2; Los cocineros famosos: 6,5; familiares y amigos: 6,36; Administraciones públicas: 5,9; Medios de comunicación: 5,6; Establecimientos comerciales: 5,5; Fabricantes: 5,3; Internet: 4,7.

Con la campaña que se va a desarrollar se espera conseguir 32.6000.940 impactos gracias a de las diferentes acciones de comunicación a través de profesionales de la salud, medios de comunicación y acciones directas lo que hay que añadir los impactos realizados con la campaña de spots televisivos con los que se llegará cada año en los dos periodos estratégicos (para que no se produzca la baja del precio) con más de 16.000.000 de impactos.

En total se prevé que en los dos años se llegue a cerca de 64.000.000 de impactos transmitiendo un mensaje contundente y duradero en el tiempo.

Impacto de los anuncios y publireportajes

Revista	Nº de lectores
Cocina Ligera:	168.000
Dieta Sana:	232.000
Comer Bien:	114.000
Clara	522.000
Mía:	583.000
Sport Life:	279.156
Men 's Health:	355.234
FHM:	724.698
Saber vivir:	1.342.000
A tu salud:	876.952
Total:	5.197.540

Fuente: EGM



www.intercun.org

INTERCUN



Carne de Conejo

Fomento del consumo y conocimiento de la Carne de Conejo



FOCCON

Fomento del consumo de la carne de conejo



**Carne de Conejo:
Sana y Natural**

**FOCCON AIE: Telf.:943 083 877
admin@intercun.org**



INTERCUN
ofrece una nueva
línea de
**ATENCION
TELEFONICA**
en la que se podrá
consultar los *precios
por kilogramo de
conejo vivo* acordado
semanalmente por
productores y
mataderos, en las
principales áreas
geográficas.



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 Cuñícola INTERCUN.
Para más Información:
Intercun: C/ José Arteché 21
Azpeitia (Guipúzcoa)
Telf.: 943 083 877
www.intercun.org · admin@intercun.org

