

'Tierra de Sabor' promociona sus productos ante 12,5 millones de consumidores de la gran distribución

La Consejería de Agricultura y Ganadería está realizando una acción multiproducto de 'Tierra de Sabor' en 155 tiendas de Alcampo, El Corte Inglés, Hipercor y en los hipermercados Carrefour de Castilla y León. En esta iniciativa participan 188 empresas con un total de 517 productos, de los cuales 163 referencias, el 32 %, se incorporan por primera vez en estos lineales.

31 de octubre de 2014

Castilla y León | [Consejería de Agricultura y Ganadería](#)

La Consejería de Agricultura y Ganadería viene realizando desde el lanzamiento de la marca 'Tierra de Sabor' diversas acciones de promoción en las cadenas de distribución con el objetivo de incorporar las pequeñas empresas agroalimentarias a estos grupos, incrementar la venta de los productos de calidad de la Comunidad y seguir potenciando el grado de conocimiento de la propia marca entre los consumidores.

Las promociones que 'Tierra de Sabor' ha desarrollado desde el inicio de la marca en colaboración con los principales distribuidores a nivel nacional, ya fueran de carácter general o enfocadas a un solo producto, han obtenido de media un 115 % de incremento de ventas durante su ejecución y, lo que es más importante, han supuesto la puerta de entrada para un millar de productos que han tenido la oportunidad de participar por primera vez en los lineales de las grandes cadenas, permitiendo que un amplio número de empresas se hayan podido quedar en esos grupos de distribución.

La Consejería de Agricultura y Ganadería creó, en marzo de 2009, la marca 'Tierra de Sabor' para promover el potencial del sector agroalimentario de la Comunidad, asegurando a los consumidores un alto nivel de calidad. De manera simultánea, y como objetivo fundamental de esta estrategia de mercado, la iniciativa pretende que el agricultor y el ganadero reciban un precio justo por sus producciones.

Promoción en 155 tiendas de la gran distribución de toda España

Ante estas cifras, la Consejería está desarrollando de forma paralela en el último trimestre de 2014 una acción de promoción multiproducto 'Tierra de Sabor' en 155 tiendas de Alcampo, El Corte Inglés, Hipercor y en los hipermercados Carrefour de Castilla y León. En lo que respecta a Carrefour, la acción se realiza en los ocho hipermercados que posee en Castilla y León y se desarrollará del 14 al 27 de noviembre. En esta cadena participan 65 empresas con 180 referencias; por otra parte, en el Grupo El Corte Inglés la acción se ha llevado a cabo del 25 de septiembre al 8 de octubre en los 96 centros que posee en toda España. En cuanto a las empresas que participan en esta propuesta son 71 con 141 productos. Por último, Alcampo acoge desde el pasado 20 de octubre una promoción que se mantendrá hasta el próximo 2 de noviembre. La acción se desarrolla en los 51 hipermercados que posee en toda España y en ella participan 52 empresas con 196 referencias.

Se trata, por lo tanto, de una acción que se desarrolla en total durante 42 días y en la que participan 188 empresas con un total de 517 productos. En dichas promociones participan empresas de 24 figuras de calidad de los sectores cárnico, vino, legumbres, lácteo y hortícolas, lo que supone una alta representatividad de las 61 figuras con las que cuenta Castilla y León.

En lo que se refiere a las actuaciones que se desarrollan dentro de las promociones destaca la ubicación de espacios 'Tierra de Sabor' en cada uno de los establecimientos con acciones de identificación del producto; cartelera y publicidad en las tiendas; publicación y distribución de folletos específicos de la promoción en los que aparecen todas las referencias de las empresas participantes en las promociones, y publicidad de la promoción en medios de comunicación por parte de las cadenas.

Las promociones tendrán un impacto global de 12,5 millones de personas, teniendo en cuenta los folletos que se reparten por los domicilios y los visitantes a las tiendas en las fechas de la acción comercial. Estas acciones también permiten la entrada de los productos de pequeñas y medianas empresas del sector agroalimentario a los principales lineales de la alimentación, una incorporación que sin esta iniciativa sería costosa para las industrias agroalimentarias. En concreto, fruto de estas promociones se incorporan en estos lineales 163 referencias, el 32 % del total participante.

Promoción en Alcampo

La consejera de Agricultura y Ganadería, Silvia Clemente, ha visitado en el hipermercado de Alcampo del Centro Comercial La Vaguada, en Madrid, la promoción que se realiza en esta cadena. Se trata de una acción que tendrá un impacto en visitantes de 4.100.000 personas.

La primera promoción multiproducto de 'Tierra de Sabor' en esta cadena se realizó en octubre de 2010 y la segunda en Andalucía en octubre de 2013, obteniendo en cada una de ellas durante el periodo promocional incrementos de venta del 151 % y 225 %, respectivamente.

Alcampo, en el periodo 2010-2014, ha participado también en promociones monográficas de los distintos productos como la promoción monográfica de Lechazo -en mayo de 2010, marzo de 2011 y marzo-abril de 2014-, la promoción monográfica de Leche 'Tierra de Sabor' -en junio-octubre de 2012, marzo-septiembre de 2013 y enero-septiembre de 2014-, la promoción monográfica de hortalizas -en septiembre-octubre de 2010-, la promoción monográfica de 'Queso Castellano' -en noviembre de 2012- y la promoción monográfica de Vinos de Bierzo en Galicia -desarrollada entre agosto y septiembre de 2013, obteniendo en ella un incremento de ventas del 300 %-.

Incremento del consumo en los hogares

La Consejería de Agricultura y Ganadería vuelve a realizar una campaña multiproducto en la gran distribución avalada por el incremento del gasto alimenticio en los hogares, la preferencia de los consumidores en realizar la compra en supermercados e hipermercados, y la tendencia por alimentos frescos, de calidad y saludables, tal y como se recoge en los Paneles de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente del pasado año.

Según este estudio, el gasto que realizan los ciudadanos para su consumo en casa y que tiene su relación directa con las cadenas de distribución se incrementó el pasado año un 2,4 % hasta alcanzar los 69.225 millones de euros.

La calidad y los alimentos más saludables vuelven a ser el condicionante máximo a la hora de elegir el consumo de un producto, quedando el precio y la proximidad o cercanía como segundo y tercer factor respectivamente.

'Tierra de Sabor', una marca de prestigio

Además de los datos de consumo y los resultados de las campañas de promoción desarrolladas hasta el momento, el prestigio de alcanzado por 'Tierra de Sabor' avala la puesta en marcha de nuevas acciones de promoción en las cadenas de distribución. En los cinco años de vida la marca ha obtenido el respaldo de las industrias y de los consumidores como lo demuestra que actualmente sean 856 empresas las que tienen autorizado su uso para 4.505 productos, el 25 % del sector agroalimentario.

Además la enseña es conocida, según el estudio sobre la marca que anualmente realiza la consultora Nielsen, por el 60 % de los consumidores españoles, un grado de conocimiento que alcanza el 98 % en el caso de los castellanos y leoneses.

Junta de Castilla y León