

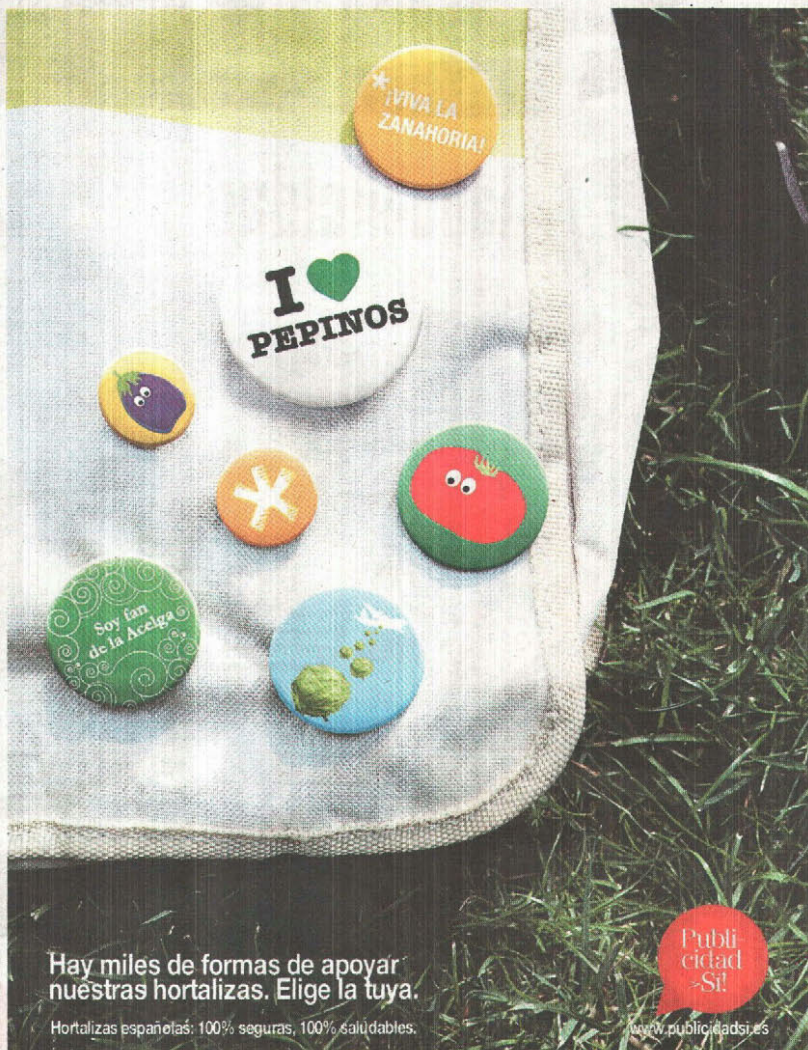
La promoción cuenta con el apoyo del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino

# ¡Publicidad, Sí! lanza una campaña en defensa de la huerta española

El pasado 27 de junio, se presentó en el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino la campaña *Hay miles de formas de apoyar nuestras hortalizas. Elige la tuya*, lanzada por ¡Publicidad Sí!, y que ha contado con el apoyo de la ministra de la cartera de Medio Ambiente, Rosa Aguilar.

SARAY CALVO / MADRID

Con este *claim*, la campaña cuenta como objetivo promover y recuperar la confianza en los productos españoles y ofrecer la oportunidad a la sociedad de elegir cómo quieren apoyar las hortalizas españolas. Esta campaña es la primera acción de la plataforma ¡Publicidad, Sí! que ha querido sumarse apoyando así a las hortalizas españolas. A la rueda de prensa asistieron Carlos Martínez Cabrera, presidente de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitarias; Rafael García Gutiérrez, vicepresidente de la Asociación Española de Anunciantes, y la titular de la cartera, Rosa Aguilar quienes presentaron la campaña y señalaron las múltiples cualidades que tienen los productos hortofrutícolas españoles así como el importante papel que juega España en la exportación de estos productos en la Unión Europea. Desde el primer momento, el Ministerio mostró su apoyo a esta iniciativa, entendiendo la necesidad de realizar una comunicación que fortalezca la imagen de estos alimentos. Rosa Aguilar, recalcó a este respecto la importancia de que una plataforma de estas características esté unida y haya querido dar su primer paso



Hay miles de formas de apoyar nuestras hortalizas. Elige la tuya.

Hortalizas españolas: 100% seguras, 100% saludables.



## Asociaciones

La campaña ha sido posible gracias a la participación de las distintas asociaciones de la plataforma, cada una de las cuales ha aportado su experiencia en los distintos campos. Bajo el liderazgo de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP) y la Asociación Española de Anunciantes (AEA), éstas han sido responsables de coordinar la campaña con el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. De forma muy activa han participado también la Asociación de Planificadores Estratégicos (APG) que ideó la estrategia de la campaña, el Club de Creativos (CDEC) que se ha encargado de la creatividad, el Interactive Advertising Bureau (IAB), responsable de poner en marcha la web de la plataforma, y la Asociación de Agencias de Medios (AM) que ha colaborado para que distintos medios de comunicación cedieran sus espacios.

La plataforma ¡Publicidad, Sí! nació en junio de 2010 con la intención de aunar a toda la industria publicitaria, para dar a este sector su justo y merecido valor, y promover así la relevancia social y económica que tiene. A día de hoy, 28 asociaciones e instituciones forman la plataforma.

de presentación a través de una campaña que respalda y apoya a nuestro sector hortofrutícola". Asimismo, comentó que, tras la crisis del pepino, lo primero que se plantearon fue "recuperar lo que era la excelencia, la calidad, la seguridad de nuestras hortalizas en el ámbito de la ciudadanía" y que no sólo quieren dirigir esta campaña a los españoles, sino también "al turismo que nos visita, para que sepan que España produce las mejores hortalizas".

### Soportes

La campaña contará con soporte en todos los medios de comunicación y tendrá una duración de aproximadamente dos meses y medio. Para su promoción se han diseñado una serie de chapas que muestran mensajes en claro apoyo a las hortalizas (*I love pepino, Viva la zanahoria o Me importa el pepino*). El portavoz de ¡Publicidad Sí! comentó que han querido utilizar estos elementos como un símbolo: "El hecho de que lo vistas, de que lo lleves puesto, es más que una cuña de radio, es una declaración". Por el momento se desconoce dónde se distribuirán estas chapas aunque "intentarán producirlas y

**Rafael García: "El hecho de que lo lleves puesto, es más que una cuña de radio, es una declaración"**

repartirlas hasta donde lleguemos". La ministra apuntó en este sentido que se ha pensado repartirlas "en mercados, en centros de distribución y en el propio sector para distribuirlo en distintos ámbitos y distintos lugares".

Asimismo, las chapas también protagonizan una pieza gráfica que podrá verse en distintos medios impresos en los próximos días. En medios audiovisuales, por el momento, se ha diseñado una cuña de radio que se emitirá en los más importantes diales. Las dos piezas cierran con el *claim*: *Hay miles de formas de apoyar a nuestras hortalizas. Elige la tuya. Hortalizas de aquí. 100% seguras. 100% saludables.*

Internet también será una pieza importante a través de la página web de la plataforma ¡Publicidad, sí!, la cual ha creado un espacio dirigido exclusivamente a esta campaña, en donde todos los ciudadanos podrán comentar y exponer todos sus puntos de vista sobre este tema.