



Noel convierte la gama Delizias en una obra de arte en su nueva campaña de publicidad

- Con “Arte”, la marca establece un paralelismo entre el mundo del arte y la charcutería, con el objetivo de poner en valor la calidad y la autenticidad de su gama más emblemática
- La campaña se difundirá en televisión, medios digitales, radio y exteriores para seguir conectando con sus consumidores, llegar a nuevos públicos y aumentar la notoriedad de la marca
- Noel Delizias ha registrado un incremento de más del 20% en sus ventas, siendo uno de los principales motores de crecimiento de la compañía

Sant Joan les Fonts. 23 de septiembre 2024.

Noel Alimentaria lanza su nueva campaña publicitaria como parte de su estrategia integral de comunicación que reafirma su compromiso con la alta calidad y la autenticidad de Delizias, su gama estrella de charcutería.

Bajo el lema “Cada loncha es como una obra de arte”, la campaña “Arte” traza, en clave de humor, un paralelismo entre la creatividad, la maestría, la precisión y la dedicación asociadas a los artistas; y el trabajo de los maestros charcuteros de Noel. A través de este concepto, la marca busca transmitir que cada loncha de Delizias es tratada como una obra de arte, mostrando la importancia de cuidar hasta el más mínimo detalle en su elaboración.

En el spot, pieza principal de la campaña, esta idea se transmite a través de la historia de una pareja en una galería de arte, que observa detenidamente lo que parece ser la obra de un artista. Mientras comentan la calidad de su composición, del trazo y la textura, se desvela que lo que en realidad están admirando es como un maestro charcutero les ofrece degustar su mayor creación: el Jamón Cocido Delizias.



Nota de prensa

En palabras de Maria Sánchez, directora corporativa de Marketing de Noel: *“Queremos reflejar que, detrás de cada uno de nuestros productos, hay un compromiso real con la calidad, la innovación y el respeto por las tradiciones. Creemos que el concepto capta perfectamente la esencia de Noel y nuestro propósito de seguir ofreciendo productos de valor añadido que marquen la diferencia en la vida cotidiana de nuestros consumidores”*.

“Arte” ha sido creada por la agencia Manifesto y tiene como objetivo continuar conectando la marca con sus consumidores, aumentar su notoriedad, llegar a nuevos públicos, potenciar su distribución y consolidar su liderazgo en un segmento cada vez más competitivo. La campaña publicitaria se difundirá a través de múltiples plataformas, incluyendo televisión lineal, digital, redes sociales, radio y medios exteriores.

Delizias, un referente en charcutería

Noel, reconocida históricamente por la gran calidad y aceptación de sus productos, sigue teniendo en Delizias, que ha registrado un incremento de más de un 20% en sus ventas en volumen en el último ejercicio cerrado, uno de sus principales motores de crecimiento de su división de productos cárnicos.

La gama Delizias se comercializa en los puntos de venta de las principales cadenas de libre servicio de España y está compuesta por seis referencias de Delizias Al Corte (jamón cocido en lonchas y en pieza, paleta asada, pechuga de pavo cocida, pechuga de pollo cocida, jamón serrano y lomo curado en lonchas), presentando el corte más fresco para mantener el sabor, el aroma y la textura, del embutido recién cortado; y trece referencias de Delizias Pétalos (jamón cocido, jamón cocido ibérico, jamón cocido con trufa, pechuga de pavo cocida, pechuga de pollo, paleta de cebo ibérica, jamón serrano, lomo curado, lomo ibérico, chorizo, chorizo ibérico, salchichón y salchichón ibérico), en formato de delicadas virutas recién cortadas y colocadas a mano.

Puedes visualizar el spot de la campaña [aquí](#).



Sobre Noel

Ubicado en Sant Joan les Fonts (Girona), Noel Alimentaria es un grupo de alimentación familiar, de cuarta generación, especializado en la producción y distribución, nacional e internacional, de jamón cocido y curado, embutidos, carnes y elaborados frescos, platos preparados, pizzas, cremas, zumos vegetales o productos *plant based*, entre otros, tanto para el mercado nacional, como internacional. Con una plantilla de más de 2.600 personas, 15 centros de producción repartidos por todo el territorio español, actividad en 66 países y presente en la totalidad de la gran distribución; el propósito de la compañía pasa por promover, de un modo sostenible, el desarrollo de las personas a través de la alimentación. Y lo hace ofreciendo a sus consumidores productos que cumplan cuatro premisas fundamentales: salud, conveniencia, placer de consumo y sostenibilidad.

Para más información:

LLYC

Violant Flores

vflores@llyc.global · 646.514.671

Fanny Merino

emerino@llyc.global · 663.356.975