



Según datos de la consultora Nielsen

El Allioli Extra Suave consolida el posicionamiento de Choví en el mercado y contribuye en un 35% al crecimiento de la categoría

- **La compañía valenciana lanza con un nuevo formato multipack de tres minimorteros de 55 ml que responde al crecimiento del consumo individual, además de adaptarse a las necesidades de los hogares más pequeños y evitar el desperdicio alimentario.**
- **Este Allioli Extra Suave acerca el Allioli a todos los paladares a través de una versión menos intensa que permite ampliar el consumo y derribar barreras de entrada a la categoría.**
- **La marca ha puesto en marcha una campaña de comunicación multicanal, que incluye televisión, radio, digital y exterior, con presencia destacada en Madrid, Barcelona, Sevilla y Bilbao, donde ha ubicado una gran lona en el centro.**

Valencia, 8 de mayo de 2024. Al cumplirse un año del lanzamiento del Allioli Extra Suave, Grupo Choví, empresa líder en la elaboración y distribución de salsas, sigue consolidando su posicionamiento en el mercado al contribuir esta referencia en un 35% al crecimiento de la categoría, según datos de la consultora Nielsen.

La compañía valenciana ha decidido apostar por un nuevo multipack de Allioli Extra Suave —formado por tres minimorteros de 55 ml— con el objetivo de adaptarse a las necesidades de los consumidores y a los hogares cada vez más pequeños y diversos. Este formato impulsa el consumo individual y permite que la salsa Allioli Extra Suave esté siempre lista en la nevera, sin perder calidad y versatilidad.

Además, al utilizar envases más pequeños, el multipack permite acercar el Allioli a los consumidores, contribuyendo, asimismo, a evitar el desperdicio alimentario. La versatilidad del Allioli Extra Suave convierte a esta salsa en el complemento ideal para acompañar carnes blancas y pescados, además de ser el aliado perfecto para enriquecer tortillas de patatas, calamares, hamburguesas, sándwiches, etc. Este nuevo formato multipack de Allioli Extra Suave ya está disponible en los lineales.

Para el lanzamiento de este nuevo formato, la marca ha puesto en marcha una campaña multicanal, que adapta la creatividad del año pasado sin olvidarse del humor. La comunicación incluye presencia en televisión, radio, soportes digitales y exteriores, con una difusión programada en el circuito de muppies digitales de Madrid, Sevilla y Barcelona, así como la instalación de una gran lona que se ubica en el centro de Bilbao. Así, bajo el concepto “Bilbaínos, una cosa es ser fuerte y otra tener que serlo siempre”, la marca utiliza un tono humorístico y divertido para llamar la atención de los consumidores locales y animarlos a probar el producto.



Para Aurélie Morin, directora de Marketing de Grupo Choví, “el Allioli Extra Suave confirma la apuesta de la compañía por la innovación, enfocándose en el consumidor y en adaptarse a sus necesidades, gustos y particularidades de cada territorio. Por ello, hace un año decidimos adaptar nuestro producto estrella a los paladares que no están acostumbrados a sabores fuertes. Estamos muy satisfechos del buen recibimiento y acogida del Allioli Extra Suave, lo que nos ha permitido consolidar nuestro posicionamiento en el mercado, siendo contribuidores al crecimiento de la categoría.

Y añade: “el nuevo multipack de Allioli Extra Suave, además, nos ayudará a llegar a más consumidores y hogares, que son cada vez más pequeños, y, por lo tanto, tienen mayores necesidades de consumo individual. Además, los minimorteros contribuyen a luchar contra el desperdicio alimentario, dando respuesta a la preocupación de muchas familias y hogares españoles de evitar tirar comida”.

“Para dar a conocer esta innovación, hemos puesto en marcha una campaña de comunicación multicanal donde incorporamos nuevas creatividades, dando un paso más con el humor y presentando situaciones cotidianas y divertidas donde nos ‘hacemos los fuertes’ aunque en realidad no lo somos tanto. A través de distintos soportes, como spot de TV, cuñas de radio, banners, muppies digitales o una gran lona, en Choví animamos a los consumidores a probar un Allioli diferente y menos intenso”, concluye Aurélie Morin.

Sobre Grupo Choví

Grupo Choví es una compañía española líder en la elaboración y distribución de salsas desde 1950. Se trata de una empresa con una fuerte presencia nacional e internacional, líderes en productos especializados y nichos dentro del mercado de las salsas, concienciados con el medio ambiente, la sociedad y sus trabajadores.

El producto estrella de Grupo Choví es el Allioli Clásico junto con su envase en forma de mortero. Además de las salsas, ha desarrollado diversas gamas de producto: Choví Food Service, enfocado en profesionales de la hostelería; y Choví Cheff, platos preparados refrigerados de alta calidad.

Agencia de comunicación Roman

Yolanda Domingo: 636 47 80 34; y.domingo@romanrm.com

Aroa González: 602 25 91 00; a.gonzlaez@romanrm.com