

El Pozo Alimentación presenta su Plan de Mercado para 2025 basado en la innovación, marca, competitividad y diversificación

Bajo el claim “One Team. One Dream” la dirección de Marketing anunció las estrategias y objetivos a seguir este ejercicio

18 de febrero de 2025.- El equipo de Marketing de El Pozo Alimentación acaba de presentar el Plan de Mercado para la compañía para el presente ejercicio 2025 en una gala presentada por el periodista deportivo y narrador de los partidos de la Champions para Liga de Campeones Carlos Martínez. Las estrategias se basan en los pilares de la innovación y en fortalecer la competitividad, siempre bajo el paraguas de una firme apuesta por la sostenibilidad.

Bajo el claim “One Team. One Dream”, se desvelaron las distintas líneas de actuación para la marca ELPOZO, la más presente en los hogares españoles, así como el resto de sus enseñas: KING UPP, BIENSTAR, 1954, EXTRATIERNOS, ALL NATURAL, LEGADO IBÉRICO Y ALMIREZ.

Al tenista Carlos Alcaraz y a la jugadora de fútbol Olga Carmona en Bienstar; al actor José Coronado y al escritor Javier Castillo en Legado Ibérico, al grupo musical ‘Viva Suecia’ para 1954 se le sumarán este año nuevos embajadores de marca que representen los valores y características especiales de cada una de las enseñas de la empresa. La compañía quiere, de este modo, apoyar el deporte, la cultura y la gastronomía a través de personajes públicos, referentes en sus distintos campos de actividad, así como con el patrocinio de eventos y el apoyo a ONG’s. También se presentaron nuevos embajadores de marca “sorpresa” para este año 2025

La compañía líder en alimentación ha llevado a cabo la campaña solidaria “Generación Silenciada”, en colaboración con la fundación Adopta Un Abuelo, con el objetivo de visibilizar y combatir los efectos negativos del edadismo o discriminación por edad, reforzando así su compromiso social con sus consumidores.

Además, se ha convertido en colaborador de la Academia de Cine. La Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España es una asociación sin ánimo de lucro compuesta por profesionales dedicados a las distintas especialidades de la creación cinematográfica. Su objetivo es impulsar la promoción del cine español, defender a sus profesionales y analizar la situación de la industria y del propio cine español.

También ha sido patrocinadora oficial de los Premios Feroz, los galardones que condecoran las mejores producciones audiovisuales españolas del año, tanto en cine como en televisión. Con esta apuesta, la insignia refuerza su apoyo a la cultura.

A todo esto hay que sumar creativas campañas publicitarias que se emitirán tanto en medios convencionales como en el entorno digital, patrocinios de programas de televisión y radio y acciones dinamizadoras en las redes sociales de la empresa.

El Plan de Mercado se completa con el rediseño de las marcas: Bienstar, Legado Ibérico, All Natural y Almirez que modernizan sus logotipos y packagins, y modifican sus eslóganes descriptivos.

El Pozo Alimentación tiene al consumidor en el centro de todas sus decisiones empresariales. Desarrolla una escucha activa con el objetivo de satisfacer y adelantarse a sus necesidades, ofreciéndoles alimentos nutritivos, seguros, sabrosos, de fácil uso y que, en todo caso, les aporten un plus de placer. Más de 1.500 referencias que crean un surtido eficiente, elaboradas meticulosamente para adaptarse a todos los gustos y modelos de familias.

Pie de foto: Equipo de Marketing y Comercial de El Pozo Alimentación vistiendo la misma camiseta