

HORNO HERMANOS JUAN® CELEBRA LA COMPLICIDAD ENTRE HERMANOS CON UNA NUEVA ENTREGA DE SU CAMPAÑA "LOS HERMANOS QUE ELIGES"

- En esta segunda edición, la marca introduce un nuevo claim: "Los hermanos no necesitan palabras para entenderse", reforzando el poder de la conexión especial entre tus seres más cercanos, hermanos y amigos, donde los gestos dicen más que las palabras.
- La campaña, que se extenderá hasta marzo, se desplegará a través de diversos canales, incluyendo televisión, medios digitales, redes sociales y puntos de venta.
- Además, coincidiendo con el lanzamiento, Horno Hermanos Juan® presenta su nueva identidad visual, con un diseño moderno y sofisticado que conserva la esencia artesanal y tradicional de la marca.



Madrid, 4 de febrero de 2025. Horno Hermanos Juan®, la marca de bollería y pan de estilo artesanal para hostelería y el canal alimentación de Vicky Foods, **presenta la segunda entrega de su campaña: "Los hermanos que eliges"**, para seguir ahondando en la importancia de esas conexiones especiales y únicas que se crean con aquellos que consideramos "familia".

De esta manera, en esta nueva edición el concepto adquiere un matiz emocional más profundo bajo el claim: **"Los hermanos no necesitan palabras para entenderse"**, reflejando esos vínculos que van más allá de las palabras y resaltando cómo el cariño se transmite sin necesidad de hablar.

Como **Horno Hermanos Juan®**, que cuida y siempre ofrece lo mejor a sus consumidores: máxima calidad en los ingredientes y una larga tradición panadera y pastelera, del horno a la mesa desde 1952.

La campaña, que ha comenzado ayer y cuya idea y estrategia creativa es un año más de la agencia WeJazz, tendrá **presencia en televisión, medios digitales, redes sociales y activaciones en punto de venta a nivel nacional**, con especial foco en supermercados, panaderías y establecimientos de hostelería.

Una nueva identidad para Horno Hermanos Juan®

Por otro lado, coincidiendo con el lanzamiento de la campaña, Horno Hermanos Juan también presenta una renovación de su identidad visual, modernizando su logotipo y elementos gráficos para alinearse con su evolución como marca. La nueva imagen mantiene la esencia de tradición y artesanía que la define, pero con un diseño actualizado y contemporáneo que refuerza su posicionamiento en el mercado.

Acerca de Vicky Foods

Vicky Foods es una empresa líder en el sector de la alimentación, 100% familiar y con más de 70 años de trayectoria. Actualmente cuenta con una plantilla media global de 2.870 empleados. Entre sus marcas propias se incluyen Dulcesol®, Horno Hermanos Juan®, Be Plus®, Il Forno di Gionvanni Ricci® y FIT'Z®.

La evolución del grupo en los últimos años ha estado marcada por la consolidación y el fuerte crecimiento de sus resultados económicos. De esta manera, es la primera empresa en volumen del sector de pastelería y bollería en España, habiendo cerrado el año 2023 con una facturación global de 629 millones de euros. Esta cifra representa un aumento importante respecto al año anterior y una producción de 214.000 toneladas. Con presencia en más de 60 países, Vicky Foods cuenta con tres centros de producción dedicados a la elaboración de cerca de 2.500 referencias en Gandía, Villalonga y Argelia además de 18 delegaciones comerciales repartidas entre España, Portugal, Argelia, Reino Unido y Francia. Por último, la compañía también posee una granja productora de huevos, que abastece el 90% de su producción, una planta de fabricación de envases que se ocupa de cubrir la práctica totalidad (98%) de las necesidades de packaging del grupo, un Centro de Innovación para coordinar todo el potencial innovador de la compañía y poder así cumplir con sus compromisos en el ámbito de la salud y la innovación tecnológica y la Fundación Vicky Foods con la que vertebró la gestión de su acción social, centrándose en la innovación, la cultura y la educación.

Para más información:

Agencia Tinkle

Paula Sanz Vicente

Mail: psanz@tinkle.es

Tel: 664 04 04 81