

---

LITORAL ESTRENA EL 2010 CON UNA NUEVA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

## LITORAL ensalza el valor de lo auténtico con un toque de humor

*Esplugues de Llobregat, 7 de enero de 2010.*— LITORAL, la marca líder del mercado español de platos preparados esterilizados, estrena el año 2010 con una nueva campaña de comunicación, que arranca hoy mismo. En ésta, como en ocasiones anteriores, destaca el papel de “la abuela”, un personaje que se ha convertido en el indiscutible icono de LITORAL y ha marcado tendencia en la publicidad española de las dos últimas décadas.

El argumento del nuevo spot se basa en la historia de un alpinista que ha permanecido “congelado” durante seis décadas y que es auxiliado por unos “abuelos” asturianos, que le liberan del bloque de hielo y le agasajan con una sabrosa fabada. Al probar el plato, el escalador recuerda de inmediato su delicioso sabor pero reconoce que esta fabada es incluso mejor que la de hace años. A través de esta historia retrospectiva, los espectadores podrán descubrir la larga trayectoria de LITORAL y corroborar que hay cosas que, aunque nunca cambian, siempre pueden mejorar.

Con esta historia, LITORAL da a conocer la renovación de sus recetas y, en concreto, de su producto estrella, la Fabada Asturiana, que cuenta con 60 años de historia. El eslogan es claro y directo: *«Fabada Litoral, ahora con mejor embutido, mejor que nunca»*.

El rodaje del anuncio se realizó, el pasado mes de diciembre, en la localidad asturiana de Cangas de Onís. Las escenas interiores se rodaron en una casa tradicional asturiana rehabilitada, La Heredad de la Cueste, que durante unas horas se convirtió en el improvisado comedor de “la abuela”.

La campaña, que tendrá una fuerte presencia en televisión, consta de spots de 20 y 10 segundos respectivamente, ideados por la agencia de publicidad Tiempo BBDO. Además, se han creado contenidos específicos para Internet.

### El éxito de la campaña de comunicación 2009

En la anterior campaña de televisión, emitida en julio 2009 y titulada *«Fabes are sexy»*, LITORAL lanzó un mensaje claro y contundente: *«En ropa puedes ahorrar, en sabor no»*, utilizando sus ya característicos códigos de humor.

Con este spot, que tuvo una gran acogida no sólo en televisión sino también en Internet y en redes sociales, LITORAL consiguió un alto índice de notoriedad entre sus consumidores y vio reforzada su presencia en el mercado.