



## COMUNICAT DE PREMSA

### **La Fageda guanya un premi d'AECOC per la seva campanya de gelats**

**La Fageda i Bon Preu guanyen el segon premi Shopper-Marketing d'AECOC lliurat durant el Congrés Tecnomarketing que té lloc ahir i avui a Madrid. S'ha premiat una acció de col·laboració entre fabricant i distribuïdor per millorar l'experiència dels compradors en el punt de venda.**

*Santa Pau, 1 de juny de 2017.* Una acció conjunta de La Fageda i Bon Preu destinada a incentivar la venda dels gelats de La Fageda ha obtingut un important reconeixement durant la celebració dels premis Shopper Marketing 2017 que convoca cada any AECOC, l'Associació Espanyola de Codificació Comercial, una de les associacions empresarials més grans de l'Estat.

La Fageda i Bon Preu s'emporten el segon premi de la categoria **Shopper Marketing en el punt de venda**, una de les tres categories que s'han convocat. Aquesta en concret reconeix accions de col·laboració en matèria de comunicació i màrqueting entre fabricants i empreses distribuïdores. Aquestes accions tenen per objectiu millorar l'experiència de compra a les botigues, satisfer les necessitats del comprador i impulsar les vendes.

El premi s'ha fet públic en el marc del 22 Congrés d'estratègia comercial i màrqueting d'AECOC (Tecnomarketing) que té lloc ahir i avui a Madrid i l'ha recollit la directora comercial i de màrqueting de La Fageda, Sílvia Domènech.

Al llarg del 2016, La Fageda i Bon Preu van impulsar en els punts de venda d'aquesta empresa distribuïdora una **campanya de promoció dels gelats** La Fageda amb un objectiu molt definit, que els consumidors dels iogurts de la mateixa marca ho fossin també de gelats. La campanya es va concretar amb degustacions als punts de venda, regals directes, ofertes especials i altres accions que varen culminar amb un increment del 46% de les vendes. AECOC ha valorat els esforços conjunts i el resultat assolit. La satisfacció de La Fageda per aquest premi queda palesa en el comentari de Sílvia Domènech: "Ens cal ser creatius i imaginatius en la nostra política de màrqueting perquè no disposem de recursos per inversions publicitàries. Aliances com les que hem fet amb Bon Preu ens són molt útils".

En aquest [enllaç](#) es pot veure el vídeo de 40 segons que s'ha projectat en el congrés d'AECOC i que resumeix l'acció conjunta amb Bon Preu.

La Fageda elabora gelats de diversos sabors des de l'any 2010 en formats de 100 i de 500 ml. El 2016 es van produir 66.000 quilos i aquest 2017 s'ha tret al mercat un nou sabor, el gelat de crema. Creada a Olot l'any 1982, La Fageda dona feina o ocupació a 310 persones, la majoria de les quals presenta discapacitat psíquica o malaltia mental. A banda de fabricar productes i prestar serveis assistencials, La Fageda porta una granja de vaques i el manteniment de zones verdes i del Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa.



## COMUNICADO DE PRENSA

### **La Fageda gana un premio de AECOC por su campaña de helados**

**La Fageda y Bon Preu ganan el segundo premio Shopper-Marketing de AECOC entregado durante el Congreso Tecnomarketing que tiene lugar ayer y hoy en Madrid. Se ha premiado una acción de colaboración entre fabricante y distribuidor para mejorar la experiencia de los compradores en el punto de venta.**

*Santa Pau, 1 de junio de 2017.* Una acción conjunta de La Fageda y Bon Preu destinada a incentivar la venta de los helados de La Fageda ha obtenido un importante reconocimiento durante la celebración de los premios Shopper Marketing 2017 que convoca cada año AECOC, la Asociación española de Codificación Comercial, una de las asociaciones empresariales más destacadas del Estado.

La Fageda y Bon Preu consiguen el segundo premio de la categoría **Shopper Marketing en el punto de venta**, una de las tres categorías que se han convocado. Ésta en concreto reconoce acciones de colaboración en materia de comunicación y marketing entre fabricantes y empresas distribuidoras, que, en este caso, tienen como objetivo mejorar la experiencia de compra en las tiendas, satisfacer las necesidades del comprador e impulsar las ventas.

El premio se ha hecho público durante la celebración del 22 Congreso de estrategia comercial y marketing de AECOC (Tecnomarketing) que tiene lugar ayer y hoy en Madrid y lo ha recogido la directora comercial y de marketing de La Fageda, Sílvia Domènech .

A lo largo de 2016, La Fageda y Bon Preu impulsaron en los puntos de venta de esta empresa distribuidora una campaña de promoción de los helados La Fageda con un objetivo muy definido, que los consumidores de los yogures de la misma marca lo fueran también de helados . La campaña se concretó con degustaciones en los puntos de venta, regalos directos, ofertas especiales y otras acciones que culminaron con un incremento del 46% de las ventas. AECOC ha valorado los esfuerzos conjuntos y el resultado logrado. La satisfacción de La Fageda por este premio queda patente en el comentario de Sílvia Domènech: "Necesitamos ser creativos e imaginativos en nuestra política de marketing ya que no disponemos de recursos para inversiones publicitarias. Alianzas como las que hemos hecho con Bon Preu nos son muy útiles".

En este [enlace](#) se puede ver el vídeo de 40 segundos que se ha proyectado en el congreso de AECOC y que resume la acción conjunta con Buen Precio.

La Fageda elabora helados de varios sabores desde el año 2010 en formatos de 100 y de 500 ml. En 2016 se produjeron 66.000 kilos y este 2017 se ha sacado al mercado un nuevo sabor, el helado de crema. Creada en Olot en 1982, La Fageda da trabajo o empleo a 310 personas, la mayoría de las cuales presenta discapacidad psíquica o enfermedad mental. Aparte de fabricar productos y prestar servicios asistenciales, La Fageda explota una granja de vacas y lleva el mantenimiento de zonas verdes y del Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa.