



Noche OLIOVITA

UN VIAJE A TRAVÉS DE LOS

sentidos 2020



Categoría 4: Relaciones con la prensa

*Plan de Comunicación Relaciones con la prensa
"Noche Oliovita, un viaje a través de los sentidos"*

Grupo PHRÓNESIS

*Dirección de Comunicaciones en conjunto con equipo de trabajo conformado por
agencia de prensa Gimenez Aubert y agencia de organización de eventos We Do It.*

Responsable: Marina Giménez, Jefe de Comunicación

*Noche Oliovita tuvo como objetivo principal afianzar el relacionamiento con los
periodistas a través de una experiencia sensorial con el presidente del grupo
Phronesis, donde cada invitado supo ser el alquimista para formar su propio blend
signature.*

JULIO/AGOSTO 2020



INTRODUCCIÓN

Somos PHRÓNESIS, un grupo de empresas agroindustriales comprometidas con el crecimiento regional sustentable, mediante la incorporación de valor agregado a los productos de nuestra tierra. Conformados por Teknofood, Solfrut, NutriCorrientes y NutriSantiago, somos un equipo unido por la pasión de buscar la calidad en todo lo que hacemos. Con 30 años de trayectoria, investigamos, innovamos, cultivamos, producimos, y elaboramos productos y servicios compartiendo los mismos valores, con la convicción de que es posible llevar adelante negocios exitosos basados en la búsqueda de la excelencia en cada etapa de la producción, elaboración y comercialización de alimentos. Nuestras cuatro empresas, fincas, establecimientos y plantas industriales se encuentran ubicadas en las provincias de Buenos Aires, San Juan, La Rioja, Corrientes y Santiago del Estero.

Solfrut es la empresa productora de alimentos más innovadora de la región cuyana. Sus cuatro divisiones: Agro, Aceites, Vinos y Alimentos se caracterizan por la integración de los procesos de elaboración y una ingeniería productiva de excelencia, basada en el cuidado de las materias primas desde su origen hasta la mesa. Integra tres fincas olivícolas, un viñedo, una bodega, una industria productora de alimentos saludables y la planta de elaboración de aceite de oliva más importante de América Latina. Dentro de la división aceites, nuestra marca estrella es Oliovita.

Noche OLIOVITA

UN VIAJE A TRAVÉS DE LOS

sentidos 2020

Oliovita es el aceite virgen de calidad extra que mejor expresa los aromas y sabores únicos de la oliva. Desde el origen, cuida la calidad del fruto y de sus procesos, desde los valles precordilleranos en donde es elaborado al pie de sus propios olivares hasta la mesa de cada hogar argentino asegurando el mejor sabor y los beneficios para la salud del aceite de oliva extra virgen más premiado de la Argentina.

El 2020 fue un año atípico atravesado por una pandemia sin precedentes.

Luego de analizar el mapa de nuestros stakeholders, y en específico nuestra relación con los periodistas, nos propusimos como objetivo afianzar el vínculo con aquellos que para Grupo Phrónesis representa nuestro TIER 1, en su mayoría comunicadores de las secciones Economía y Negocios de los principales medios nacionales. Para ello, y dentro de la estrategia anual de comunicación, elaboramos un plan de relacionamiento.

Nuestro desafío fue buscar cómo reemplazar, de una manera creativa y original, nuestros tradicionales Olivatour en los que la experiencia de sabor y placer se viven todos los años de manera presencial en nuestras Fincas.

Apellido	Nombre	Cargo/Cía	Cumpleaños	Almuerzo con José	Clase de cocina	Día del Amigo	Día del Periodista	Día del Olivo	Fin de Año	Noche Oliovita	Oliva Tour
Fuentes	Esteban	Clarín	24 Oct			✓	✓	Olivo	✓	✓	✗
Huergo	Héctor	Clarín	26 May	✓		✓	✓	Olivo	✓	✓	✗
Laborda	Fernando	La Nación Economía y Negocios	20 Nov	✓		✓	✓	Olivo	✓	✓	✗
Lobo	Guillermo	TN	01 Sep		✓	✓	✓	Olivo	✓	✓	✗
Mira	Cristian	La Nación Rural	30 Ago			✓	✓	Olivo	✓	✓	✗
Naishtat	Silvia	Clarín	12 Oct			✓	✓	Olivo	✓	✓	✗

En este contexto, desde Grupo PHRÓNESIS vimos la oportunidad de reinventarnos, flexibilizarnos, de acompañar los cambios y transformarnos.



PAULINO RODRIGUES

OLIOVITA

PATRICIA VALLI

OLIOVITA

ESTEBAN FUENTES

OLIOVITA



PROPUESTA

Nuestra acción persiguió los siguientes objetivos:

- Afianzar el relacionamiento con los periodistas
- Transmitirles mensajes clave
- Seguir presentes en su mapa empresario
- Generar una experiencia sensorial donde cada invitado supo ser el alquimista para formar su propio blend signature

Por consiguiente la estrategia se formuló alrededor de los siguientes ejes:

- Informativo
- Lúdico/didáctico
- Cercanía

El plan táctico apuntó a 15 periodistas tier 1 de las secciones Economía y Negocios, Lifestyle y Gastronomía de los principales medios de comunicación del país.

Utilizamos la plataforma “Zoom” para llevar a cabo las 3 Noches Oliovita.

Mensajes:

- “Conocimiento de nuestro SABER HACER a través de Sol Frut división aceites” (ver video)
- “Características y atributos de las distintas líneas de Oliovita”
- “A pesar de este particular momento que estamos viviendo, continuamos compartiendo junto a ustedes todas nuestras novedades y posicionándonos como fuente de información de la marca y de la industria.
- “Aquí estamos de una manera distinta, para descubrir de una forma diferente las sensaciones que se desprenden de nuestra marca Oliovita, este placer saludable.



DESARROLLO

Organizamos tres encuentros de relacionamiento a través de la plataforma Zoom con una duración aproximada de una hora, en la que participaron 15 periodistas. Las fechas elegidas fueron: 16/07, 17/07 y 23/08 de 20 a 21hs.

Días previos los periodistas recibieron en sus domicilios una caja Oliyovita con la misma invitación que habían recibido por email y WhatsApp, además de todo el material para que llevaran a cabo la cata de aceites. Además instrucciones de ingreso al zoom, instructivo de ambiente para generar el clima acorde para disfrutar de la experiencia, flyers e individuales de papel con indicaciones para colocar los distintos elementos, plato, vela, postal, un cartel para poner en la puerta con la leyenda “No molestar, estoy disfrutando la experiencia Oliyovita”, botellas de aceites con sus correspondientes etiquetas, copas de degustación, y el menú con el detalle de la comida que saborearon posteriormente (VER ANEXO MATERIAL CREATIVO).

El día de la actividad ingresaron al zoom a través de una landing page en la que se encontraron con las siguientes secciones: sala de reunión, música y materiales para descarga. (ver)

Luego de una cálida bienvenida de parte del Presidente de Grupo PHRÓNESIS, el Ing. José Chediack, y de la proyección de un breve video introductorio, se dio comienzo a la actividad.

En primera instancia los asistentes debieron adivinar el código para desbloquear el candado que cerraba la caja. Una vez abierta, procedieron a acomodar todos los elementos sobre el individual. José Chediack fue explicando el paso a paso de la cata de aceites para luego dar lugar a que cada periodista diseñe su propio blend. A partir de un menú de 3 pasos, desarrollado especialmente para la ocasión por los reconocidos chefs Pedro Lambertini y Felicitas Pizarro, los periodistas disfrutaron y vivenciaron los sabores de Oliyovita desde sus hogares.

Finalmente y a los 15 días del encuentro, se le envió a cada uno 6 botellas personalizadas del blend que elaboraron.

Total de participantes que no tienen video: 2



78183604582



Pedro Lambertini

RESULTADOS

Los tres encuentros profundizaron y afianzaron vínculos con los periodistas que participaron de la experiencia sensorial Oliyita, a través de una propuesta lúdica y original.

PRENSA GRÁFICA	Publicación	Extensión (caracteres)	Readership del medio
Héctor Huergo	Si	5,611	1.720.000
Silvia Naitshat	Si	4,105	1.720.000
Pablo Ortega	Sí (realizada por Javier Ledesma)	3,965	157.000

INSTAGRAM	Historia/Posteo	Seguidores
Fernando Laborda	Si	852
Lalo Zanoni	Si	5.3k
Martina Rúa	Si	142k
Guillermo Lobo	Si	36.2k

Además, posteriormente a las reuniones, si bien el objetivo principal apuntaba a relacionamiento, se generaron diversas notas en medios e impactos en redes sociales que detallamos en el ANEXO de impacto.



MUCHAS GRACIAS