

DIA

DIA presenta su Nueva Calidad con el 'Laboratorio de Calidad Diaria'



A través de la campaña 'Laboratorio de Calidad Diaria', DIA comparte con los consumidores su 'Nueva Calidad'.

La cadena de alimentación está reformulando las recetas de su surtido de marca propia para ofrecer la mayor calidad a precios competitivos.

La compañía ha confiado en la agencia Space of Ad para la creación de la campaña.

Madrid, 15 de junio de 2021. La cadena de distribución alimentaria DIA ha lanzado la campaña 'Laboratorio de Calidad Diaria' a través de la cual quiere dar a conocer a los consumidores su Nueva Calidad. La compañía está trabajando en un proyecto basado en la reformulación de las recetas de gran parte de sus productos de marca propia que estaban presentes en sus lineales y en la creación de otras muchas que respondan a las necesidades actuales de los clientes, con el objetivo de ofrecer productos de altísima calidad a precios asequibles.

Para dar a conocer el proyecto entre los consumidores, DIA ha confiado el diseño de su campaña a la agencia internacional Space of Ad, que ha ideado un laboratorio ficticio como escenario principal. En el 'Laboratorio de Calidad Diaria', dos simpáticos científicos, uno



aparentemente más serio y otro más alocado, dirigen la sala en la que semanalmente, mediante diferentes experimentos e investigaciones, se encargan de confirmar con un toque de humor la calidad de los productos DIA y otorgarles ese sello de 'Nueva Calidad' que certifica la receta.

*"En lo que va de año ya hemos incorporado a los lineales de nuestras tiendas más de 350 productos con nueva calidad", explica **Florin Draghia, director de marketing de DIA España.** "Para que nuestros consumidores los descubran y se animen a probarlos, necesitábamos una campaña de marketing con un enfoque atractivo y divertido, capaz de captar la atención del consumidor y al mismo tiempo didáctico, que transmitiera la envergadura de este gran proyecto de reformulación de nuestra marca propia, gracias al cual daremos un paso más en nuestro propósito de estar cada día más cerca del cliente", añade.*

El 'Laboratorio de Calidad Diaria' llega acompañado de un plan de medios on y off que cuenta con spots publicitarios en televisión, radio y medios digitales, y que se prolongará a lo largo de todo el año.

La campaña publicitaria trata de poner en foco elementos como el placer de consumir los productos de Nueva Calidad DIA, con ejemplos como la esponjosidad de la primera rebanada del pan de molde, que generalmente se desperdicia y que ahora se ha vuelto irresistible, o la comodidad de comprar una tortilla de patatas a la que solo hay que 'darle una vuelta' en el microondas.

Por el momento, productos como los yogures Bífidos, el pan de molde de El Molino, la crema de cacao de Temptation, la tortilla de patata de la marca Al Punto o los quesos Selección Mundial son algunas de las recetas que han superado ya con muy buena nota los tests en el 'Laboratorio de Calidad Diaria'.

Ejemplos de Spots

[SPOT YOGUR BÍFIDUS]

El mensaje en el que se centra la promoción de los nuevos yogures Bífius parte de la idea de que cuanto más nos gusta el yogur, menos cantidad dejamos en las inalcanzables esquinas del envase. Y eso, los científicos del 'Laboratorio de Calidad Diaria' lo demostraron.

DIA



[Haz click aquí para ver el vídeo](#)

[SPOT PAN DE MOLDE EL MOLINO]

Por su parte, la primera y última rebanada del pan de molde son descaradamente discriminadas por gran parte de la población española. Bajo ese insight *"DIA pretende demostrar la esponjosidad y sabor de sus panes de El Molino, razón por la cual hasta esos trozos serán irresistibles para cualquiera"*, afirma Esther Barchilón, Copywriter Creativa de Space of Ad.



[Haz click aquí para ver el vídeo](#)

[SPOT CREMA DE CACAO TEMPTATION]

¿Eres del team cuchillo, del team cucharita o todo te vale para apreciar el sabor y cremosidad de la crema de cacao Temptation? Con esta reflexión, cuanto menos cómica, la marca de alimentos anima a evitar enfrentamientos y a decidir compartir.

DIA



[Haz click aquí para ver el vídeo](#)

[SPOT TORTILLA AL PUNTO]

El anuncio de las tortillas de patata Al Punto deja de manifiesto, mediante un juego de palabras, que en DIA le han dado la vuelta a la tortilla para que, al comprarla, sus consumidores solo tengan que de darle una vuelta más en el microondas, y así dejar de darle vueltas a dónde comer una tortilla jugosita.



[Haz click aquí para ver el vídeo](#)

Ficha técnica

Anunciante: DIA España

- Dirección de Marketing: Florin Draghia, Leonardo Tolosa, Miriam Roldán
- Equipo de Producto: Elena Espada, José Alberto Pérez
- Equipo Digital: Miriam Soriano

Agencia y productora: Space of Ad

DIA

- CEO: Krzysztof Justynowicz
- Supervisión Creativa: Kuba Nowak, Kacper Zajackowski
- Equipo Creativo: Katarzyna Lewinska, Esther Barchilón, Julia Stencel, Ewa Gdula, Ewa Skurzynska, Adam Kmieciak
- Dirección de Cuentas: Monika Blaszczyk
- Equipo de Cuentas: Bartosz Kaluzinski, Dominika Smolaga
- Planificación Estratégica: Pawel Jakubowski
- Producción Ejecutiva: Klaudia Mieroslawska
- Equipo de Producción, Edición y Postproducción Audiovisual: Marcin Plucinik, Wojciech Czulak, Lukasz Gulczynski
- Locución: Álvaro Reina

Prensa Space of Ad

Monika Blaszczyk / Esther Barchilón

Email: m.blaszczyk@spaceofad.com / e.barchilon@spaceofad.com

Cada DIA más cerca

Distribuidora Internacional de Alimentación es una red líder en supermercados de proximidad, con cerca de 6.100 tiendas propias y franquicias en España, Portugal, Brasil y Argentina. Con el compromiso de sus más de 39.000 empleados en todo el mundo y de sus proveedores, principalmente locales, DIA ofrece la mejor oferta y el mejor servicio a sus más de 20 millones de clientes.

PRENSA

Rebeca Matilla / Leyla Gallego

Teléfono: 609.41.57.21 / 616.02.51.89

Email: comunicacion@diagroup.com