



Better Balance impulsa la categoría *plant-based* en el mercado español con humor y creatividad

03-10-2023

Better Balance lanza su nueva campaña 'de lo bueno, lo *better*'. Una campaña para poner en valor la categoría *plant-based* en el mercado. Una categoría en continuo crecimiento, que cada vez cuenta con más marcas y productos vegetales disponibles en los supermercados haciendo que el consumidor tenga más alternativas de mejor calidad para elegir.

Para ello, Better Balance ha llevado a cabo una campaña en exterior que ha utilizado tres mensajes centrales con un toque de humor, resaltando lo bueno del consumo de productos vegetales. Para posicionar estos mensajes, la marca ha recurrido a un circuito de mupis digitales y marquesinas situadas en las principales estaciones de metro y paradas de autobús en Madrid. Una campaña que también vive en el mundo digital a través de canales sociales.

El primer *delivery* gratuito en una marquesina

Asimismo, la marca ha sorprendido a los madrileños con el primer servicio de *delivery* gratuito en la marquesina de una parada de autobús. En la emblemática parada de Gran Vía 11, las personas han podido hacer sus pedidos de productos vegetales de Better Balance. A través de un código QR, los interesados podían realizar en tiempo real la compra de uno de los productos expuestos en la marquesina como frankfurt, hamburguesa y escalope 100% *plant-based*. Posteriormente, un *rider* repartía un plato con el producto seleccionado a la parada del autobús.

Con un concepto 'Si tú no vas al lineal de productos 100% vegetales, el lineal viene a ti', Better Balance ha querido celebrar que cada vez hay más productos *plant-based* en los supermercados e invitar a los consumidores a probarlos de manera gratuita. Por eso, ha trasladado el lineal a pie de calle para que la gente tuviera la oportunidad de probarlos, descubriendo que, los alimentos *plant-based* también son deliciosos.

Para **Florencio García**, director general de Better Balance, "con esta campaña 'de lo bueno, lo *better*' queremos poner en valor la categoría, con una serie de activaciones de notoriedad, donde no solo mostramos los beneficios de los productos 100% vegetales, sino que además, llevamos la oferta a pie de calle, animando a los consumidores a probar este tipo de productos y romper barreras. No importa que seas, vegano, vegetariano o flexitariano, todo el mundo está invitado a nuestra mesa"

Actualmente, Better Balance cuenta con siete productos en las estanterías de los supermercados, que son categorizados con Nutriscore A, tienen un alto contenido en proteínas, son bajos en grasas saturadas y tienen un gran sabor. Su oferta va desde las salchichas vegetales estilo 'Vegwurst & Frankfurt', la 'QFrankfurt' con queso 100% vegetal, los 'Better Bocados' en dos presentaciones: asados y a las finas hierbas, la *burger* y el escalope.

Contacta con **The Veggie Solutions** o accede a su web a través de nuestro directorio de empresas.

Noticias Relacionadas

- Better Balance ofrece su menú 100% vegetal en el estadio de fútbol Civitas Metropolitano
- Campofrío consolida su reputación y es de las empresas más atractivas para el talento joven
- Campofrío innova para crear propuestas diferentes con 'The Veggie Solutions'
- Campofrío Smart Solutions distribuirá en exclusiva los quesos veganos de Flax & Kale