La manzana Kanzi trae a España toda su energía

Vuelve la manzana Kanzi de sabor extraordinario con una campaña de marketing de alto grado de implicación gracias a degustaciones y campañas interactivas al aire libre.

¿Comenzar una nueva temporada comercial involucrando a los consumidores con la energía de un sabor extraordinario? Yes You Kanzi®! La manzana comercializada por los consorcios surtiroleses VOG y VIP y por el neerlandés FruitMasters, entre las preferidas de los consumidores, ha vuelto a España a finales de septiembre con un montón de iniciativas de apoyo a la venta. En lo referente a cantidades, **la cosecha surtirolesa de 2022 está en línea con la del año pasado y la calidad de los frutos es muy buena.**

El 9 de octubre también arrancó la campaña de marketing, que de acuerdo con el estilo de la firma está marcada por la implicación del público más joven y dinámico. A partir de esta fecha y a lo largo de dos semanas vuelve a estar en línea la iniciativa Yes you Kanzi® que la pasada temporada contó con miles de participaciones. En **www.yesyoukanzi.com** los españoles pueden expresarse manifestando cómo emplearían la energía de las manzanas Kanzi®. Entre los concurrentes cada día se sortea un altavoz bluetooth de última generación.

Del 14 al 16 de octubre, el centro comercial Carrefour Sestao de Bilbao albergará una original degustación de manzanas, que resultará aún más atractiva gracias al Energy Buzz, un juego que pone a prueba los reflejos y la concentración. Se invitará a los visitantes del centro comercial a competir en parejas. Los ganadores recibirán una manzana, ¡y para los perdedores habrá una sorpresa! Las manzanas serán dos, para darle al perdedor una dosis extra de la energía necesaria para afrontar los próximos retos. Junto con las manzanas, los promotores también repartirán

folletos en los que figura la información necesaria para poder participar en el concurso Yes you Kanzi®.

De cara a la segunda parte de la temporada, además, se han programado otras originales degustaciones y campañas al aire libre.

“Con estas fórmulas de publicidad innovadoras llegaremos al público de entre veinte y cincuenta años más dinámico y curioso, el target perfecto para Kanzi®”, comenta **Hannes Tauber**, responsable de marketing de VOG. “Yes you Kanzi®, tras el éxito de la campaña 2021-2022, nos brindará nuevas oportunidades para involucrar a los consumidores y dialogar con ellos. Llegamos al mercado, pues, con una campaña vigorosa que ligará cada vez más la marca a su público de referencia”.

“La degustación es un recurso importante con el que ofrecer al mayor número de personas posible el sabor extraordinario de Kanzi®, que se caracteriza por mantener un equilibrio perfecto entre dulzura y notas acídulas”, añade **Benjamin Laimer**, responsable de marketing de VIP. “Kanzi®, con el devenir de las temporadas, se ha ido ganando el favor y el aprecio de clientes y consumidores, ¡y este año reúne todas las condiciones para conquistar un magnífico éxito!”.

“Una vez más, este año Kanzi® está lista para conquistar a los consumidores españoles”, comenta **Bertrand Grenon**, responsable de ventas y de producto de FruitMasters. “Esta manzana nos está dando grandes satisfacciones, en parte gracias a una marca llena de energía y a iniciativas capaces de generar la máxima implicación del público y, en consecuencia, el recuerdo de la marca.”

Además de los contests y las degustaciones, la campaña de Kanzi contará con el apoyo de un plan promocional en las plataformas sociales, una campaña con pequeños y medianos influyentes y publicidad en Google Display y Spotify.