Love Klabaza: ‘Si me quieres, dame calabazas’

‘Si me quieres, dame calabazas’, es la **primera campaña** de **marketing** de Love Klabaza**, una iniciativa de los productores de España y Portugal que tiene como objetivo promocionar el consumo de la calabaza.**

El escenario elegido es el Congreso Nacional de Frutas y Hortalizas de AECOC que se celebrará los próximos días 14 y 15 de septiembre en el Palacio de Congresos de Valencia, un evento idóneo para la presentación de la iniciativa a nivel profesional.

El pistoletazo de salida para el público en general está previsto para el próximo 26 de octubre. "Nuestros prescriptores como chefs de prestigio, influencers, periodistas, divulgadores y nutricionistas promocionarán la calabaza en diferentes foros. Recetas, consejos, información

nutricional, curiosidades, entre otros, son algunos de los contenidos de la campaña, que tendrá visibilidad en medios de comunicación, redes sociales, eventos y puntos de venta".

Lova Klabaza es una iniciativa conjunta de la empresa de semillas Sakata y los productores de calabaza españoles y portugueses, que se unen para crear una marca que promocione los diferentes usos de la calabaza.

‘Love K-labaza’ persigue ser una marca fuerte, reconocible, versátil y funcional. Se construye con la k como elemento sobresaliente, con gran fuerza fonética y potencia visual; con el trazo de la silueta de butternut y con el corazón que aporta el valor emocional.

El número de nuevos productos con calabaza está en aumento en Europa, donde se han lanzado más de 500 nuevas innovaciones desde 2016. “Con un consumo por persona de 0,85 kilos al año, España está todavía muy lejos de países como Estados Unidos o Argentina pero vamos en buena dirección” ha comentado Eva Bataller, biotecnóloga de Sakata, que ha presentado un interesantísimo estudio en el que también ha analizado las propiedades nutricionales y posibles beneficios para la salud.