



*Navarra crea una marca común para promocionar su gastronomía y los alimentos de calidad*

## Reyno Gourmet

El Gobierno de Navarra, a través de la empresa pública ICAN, ha creado la marca "Reyno Gourmet" para promocionar de forma conjunta los alimentos de calidad de esta región. La marca fue creada a comienzos del año 2007 y el pasado 14 de junio tuvo lugar su presentación oficial a todos los medios de comunicación, en la sociedad gastronómica NAPARDI de Pamplona, junto con la campaña de imagen que va a lanzar la marca en toda España.

■ **Gastronomía, cultura y turismo van de la mano bajo este logotipo, en un reino de aromas, "saberes ancestrales" y sabores naturales.**

Según explicó el consejero de Agricultura, D. Javier Echarte, en el acto de presentación, el objetivo con el que nace esta marca es por un lado amparar a los productos agroalimentarios de calidad de Navarra bajo una imagen común que sea conocida y fácilmente reconocible por el consumidor, potenciando de paso su expansión en el exterior. Y por otro lado, lograr que esa imagen esté vinculada al turismo y a la nueva gastronomía de la Comunidad Foral.

En principio, este logotipo difundirá las excelencias de las 14 Denominaciones/ Certificaciones de Calidad, que muy pronto serán 16 con la in-



*Momento de la presentación de "Reyno Gourmet" en Napardi, el 14 de junio.*

corporación inminente del Aceite y la Chistorra de Navarra. Sin embargo, el objetivo final es mucho más ambicioso y pretende englobar en esa imagen a otros productos de calidad y renombre reconocidos aunque no cuenten con denominación oficial, como los Cogollos de Tudela, las pochas o el cardo. El fin último de la macromarca es convencer a los consumidores sobre las excelencias de consumir alimentos navarros.

Tras la creación de la marca Reyno Gourmet se convocaron dos concursos públicos, uno para la campaña publicitaria de lanzamiento y otro

para seleccionar un diseño creativo acorde con los objetivos del plan. La empresa Eurogap y el estudio creativo Imaginate fueron, respectivamente, los adjudicatarios.

El Gobierno de Navarra va a invertir cerca de 600.000 euros en la promoción de Reyno Gourmet, que contará con la participación de figuras destacadas de la gastronomía como Enrique Martínez (Restaurante Mather, Contruénigo) o Atxen Jiménez (Rest. Túbal, Tafalla). La campaña, que comenzó en el mismo mes de junio, se inició en medios de comunicación de Navarra, La Rioja, la Comunidad Autónoma Vasca, Madrid y Barcelona. Después del verano se extenderá al resto de España.

En el mismo acto celebrado en Napardi, el Instituto de Calidad Alimentaria de Navarra (ICAN) presentó la televisión que ha creado para internet bajo el nombre: [www.reynogourmet.tv](http://www.reynogourmet.tv), con varios canales en los que se dan noticias (en inglés y castellano) sobre gastronomía y turismo de esta región.



■ **ICAN ha desarrollado una televisión para promocionar en internet la marca y los productos de Navarra.**