

Ilaollao llega a la pequeña pantalla

La franquicia europea Nº 1 por implantación en el mundo presenta la primera campaña publicitaria de Frozen Yogurt en televisión

Madrid, 22 de abril de 2013. Ilaollao (www.llaollaoweb.com), franquicia europea Nº 1 por implantación en el mundo, llega a la casa de todos los españoles a través de la pequeña pantalla.

La cadena de origen murciano, tras apenas cuatro años desde su creación, lanza desde hoy día 22 de abril una campaña televisiva de publicidad emitida en todas las cadenas del Grupo Mediaset. Además, el spot también se podrá ver a través de su web o en YouTube (www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=6nG9Rlu6g0). De esta manera, Ilaollao se convierte en la primera marca de Frozen Yogurt que apuesta por la televisión nacional y refuerza su posicionamiento de liderazgo dentro del sector.

El spot, filmado y producido durante los últimos dos meses, se basa en cinco relatos cortos, en los que se presenta un nuevo estilo de vida basado en el consumo sano y natural. La imaginación y frescura servirán de hilo conductor de estos escenarios, en los que siempre se elige la opción más saludable, como es el caso de Ilaollao: la opción más sana para tu vida diaria.

El objetivo principal del anuncio es explicar a los espectadores que la principal diferencia entre Ilaollao y un helado es, precisamente, que Ilaollao no es un helado. Se trata de un yogurt natural de elaboración 100% artesanal y con ingredientes de primera calidad.

"Ilaollao es una opción totalmente saludable, un producto ideal como complemento para enriquecer nuestro día a día e incorporarlo en nuestra dieta mediterránea", asegura Pedro Espinosa, Director de Expansión de la compañía.

Ilaollao apuesta por una constante adaptación a los nuevos medios y a los clientes. El mercado evoluciona y la empresa murciana, a pesar de su juventud, es una de las que cuentan con mayor reputación en España y mejor proyección internacional. "Con motivo de la campaña publicitaria hemos decidido volcarnos con las redes sociales, concretamente Twitter, para lo cual hemos creado el hashtag #Ilaollao al que pretendemos darle una gran difusión a lo largo de toda la semana", sostiene Pedro Espinosa.

Ilaollao comenzó su actividad en el mercado en el año 2009 con un pequeño establecimiento en Denia y a día de hoy, tan solo cuatro años más tarde, la compañía cuenta con 109 establecimientos distribuidos por todo el territorio nacional y presencia internacional en 14 países. "Nuestra estrategia de expansión fuera de España pasa por estar presentes en los mercados mundiales más importantes, entre ellos las grandes potencias emergentes", afirma Pedro Espinosa, quien añade que "a corto y medio plazo pretendemos ampliar nuestra red de países y firmar nuevos acuerdos con aquellos

mercados en los que aún no nos hemos instalado".

Los establecimientos de la enseña requieren de una inversión total estimada de 51.400 euros, más la obra civil, para funcionar en locales con un mínimo de 25 metros cuadrados y en los que no es necesario que dispongan de salida de humos.

Además de los locales comerciales, la cadena ha desarrollado diferentes modelos de islas-corners Ilaollao, caracterizados por su optimización del espacio, por su fácil ubicación y por una menor inversión.

Ilaollao presenta un innovador modelo de negocio, idóneo y de fácil gestión, a todos aquellos emprendedores que desean iniciar una andadura empresarial de éxito.

Datos de contacto:

Salvia Comunicación
Gabinete de Prensa
916574281

Nota de prensa publicada en: [28108](#)

Categorías: [Franquicias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>