

"No me cuentes películas. Si me quieres, ¡dame calabazas!", lema de la campaña de San Valentín de Love Klabaza

Esta iniciativa pretende incentivar el consumo de calabaza, una hortaliza muy versátil y con muchos beneficios nutricionales

Love Klabaza, iniciativa de los productores de calabazas de España y Portugal, ha lanzado una campaña 360º para el Día de San Valentín con presencia en supermercados, redes sociales, influencers y medios de comunicación el objetivo de promover el consumo de calabaza.

Bajo el lema "No me cuentes películas. Si me quieres, ¡dame calabazas!" han puesto en marcha una campaña inspirada en el cine donde se han adaptado carteles de algunas de las películas más románticas incluyendo la calabaza como alguno de sus protagonistas.

Además, se ha elaborado un vídeo como eje central de la campaña, "un claro homenaje al cine, a todas las historias de amor que nos han hecho reír, llorar y emocionarnos". Sin olvidar el papel de calabaza, que cobra una connotación positiva como regalo ideal como declaración de amor.

Presencia en los supermercados

Calabazas con un etiquetado especial en forma de corazón y con un código QR han inundado los lineales de supermercados como Consum, Eroski, Más y Más, El Corte Inglés, Alcampo... así como Mercas de Barcelona, Lugo, Málaga y Coruña, entre otros. Los clientes de estos establecimientos al escanear la etiqueta con su teléfono móvil acceden a la página web de Love Klabaza.

Tanto en la web como en las Redes Sociales y de Love Klabaza (loveklabaza.com), los consumidores pueden acceder a toda la información sobre la campaña de San Valentín que incluye un sorteo para los seguidores de la cuenta en Instagram, contenidos multimedia y deliciosas y sencillas recetas para vivir un San Valentín de película.

A su vez, 25 personalidades entre los que se encuentran influencers, chefs y nutricionistas han recibido un kit especial que incluye una calabaza tipo cacahuete, una mantita, un cubo de palomitas y una bolsa de pipas de calabaza. Todo lo necesario para disfrutar de una velada de cine.

Con esta campaña, los productores de calabaza pretenden cautivar a los consumidores y recordarles las ventajas nutricionales y la versatilidad de esta hortaliza que es una joya gastronómica.

La calabaza ha sido usada tradicionalmente en cremas, sopas y algunos postres, pero hoy en día ya se utiliza en otras recetas como zumos, smoothies, pizzas... incluso en productos de belleza.

Love Klabaza se lanzó en 2021 por los productores de calabaza para, a través de una estrategia de marketing conjunta, mostrar la versatilidad gastronómica y beneficios nutricionales de la calabaza.

Según datos de 2021, España es el primer productor europeo de calabaza de cacahuete. Durante esta temporada, se produjeron más 200 millones de kilos en la península ibérica. El 70% de la producción se destinó a la exportación, lo que sitúa a España como primer exportador europeo de esta variedad, que ya está disponible los 12 meses del año.

Datos de contacto:

Cari Plaza
689212143

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

Categorías: [Nacional](#) [Nutrición](#) [Gastronomía](#) [Marketing](#) [Valencia](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>