Teléfono: 93 480 56 75
Fax: 93 473 46 48
e-mail: Prensa.Nestle@nestle.es

Gabinete de prensa
Nestlé España S.A.

LA COCINERA renueva su imagen

El nuevo lema *«LA COCINERA, me gusta comer en casa»* enfatiza los valores de la marca

Esplugues de Llobregat, 15 de abril de 2007.— LA COCINERA, líder del mercado de platos preparados congelados, ha decidido actualizar su imagen de marca, aligerando y reforzando el *branding*, a fin de conseguir un mayor impacto en los lineales del punto de venta y una mayor diferenciación con respecto a sus competidores.

Desde el pasado mes de febrero, LA COCINERA ofrece una imagen renovada más acorde con los nuevos hábitos y tendencias de consumo, con la que refuerza su percepción de cocina sabrosa y casera. El nuevo lema *«LA COCINERA, me gusta comer en casa»* enfatiza los valores de la marca y el rediseño del logotipo transmite una imagen moderna y actual, respetando su personalidad, largamente apreciada en los hogares de los consumidores españoles.

CB'a Graell, agencia de diseño especializada en packaging e identidad corporativa, ha sido la encargada de desarrollar la nueva imagen de LA COCINERA y aplicarla a todos los embalajes. Por su parte, la agencia de publicidad Contrapunto ha realizado las nuevas campañas de comunicación de las gamas de Canelones y Lasañas, así como la de la Gama Mediterránea de LA COCINERA.

Un poco de historia

LA COCINERA está presente en el mercado español desde 1959. Inicialmente, obtuvo una gran popularidad por sus obleas para preparar empanadillas. Poco después, empezó a producir y comercializar con éxito todo tipo de productos congelados. En 1999, la marca LA COCINERA entró a formar parte del negocio de culinarios de Nestlé.

Hoy, LA COCINERA posee una imagen fuertemente consolidada, muy arraigada y asociada a unos valores de marca inconfundibles. Está considerada una marca de gran calidad y saber hacer culinario, y sus productos, sabrosos y caseros, generan una gran confianza entre los consumidores.

Ahora, la marca evoluciona en línea con las tendencias y expectativas del nuevo consumidor, que demanda productos sabrosos, fáciles de preparar y nutricionalmente equilibrados.