COMER CON CONCIENCIA

Alimente

Alimente
COMER CON CONCIENCIA



Qué es *Alimente*

Un nuevo portal orientado a la **alimentación, la gastronomía y la salud**, que propone al lector un viaje desde la tierra a la mesa. Un recorrido desde la **materia prima** hasta el plato en el que la idea de **bienestar está siempre presente**.

Proponemos tomar conciencia de que somos lo que comemos. Cuanto más **informados** estemos mejor podremos elegir qué comer.

Que tu
alimento
sea tu medicina
y tu medicina
tu alimento

www.alimente.elconfidencial.com

Alimente
COMER CON CONCIENCIA



Alimente
COMER CON CONCIENCIA

El usuario de *Alimente*

Target *mixto*	Hombre y mujer
Edad	Entre 25-55 años
Público	Nacional, 90% IP ES
Curioso	Preparado y crítico
Lector *influyente*	Líder de opinión





www.alimente.elconfidencial.com

Alimente
COMER CON CONCIENCIA

Audiencia y *usuarios*

1,7 MM
USUARIOS ÚNICOS

2,9 MM
PÁGINAS VISTAS

2,4 MM
VISITAS

1 MINUTO
DURACIÓN MEDIA DE LA VISTIA

Fuente: Google Analytics Octubre 19

Datos de Alimente: Google Analytics Octubre 19

Alimente
COMER CON CONCIENCIA

El usuario de *Alimente*

NO *busca* comer por comer

Se informa, no se conforma con lo que ve.

Interesado en la **gastronomía y denominación de origen.**

Sigue las **tendencias.**



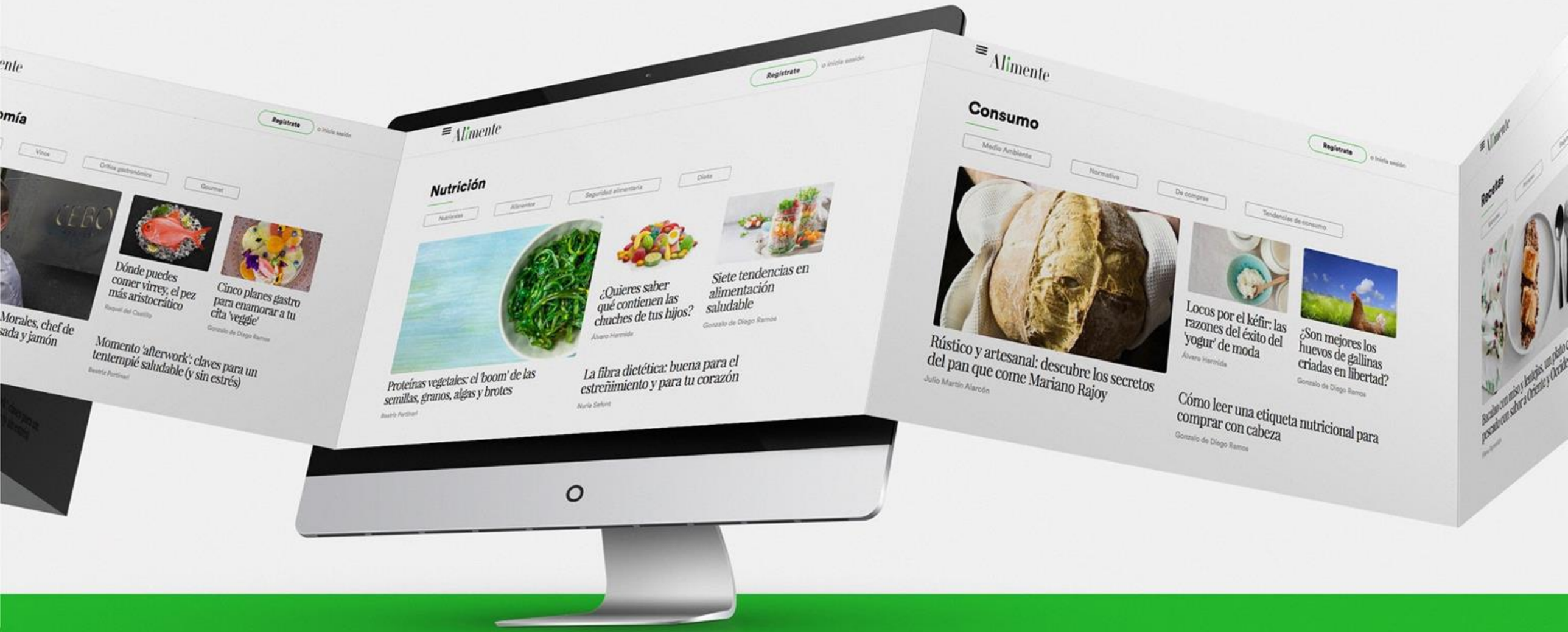
Busca equilibrio físico y mental

Interesado en la salud: **su alimento es su medicina y su medicina es su alimento.**

Equilibrio físico y mental como forma de vida.



www.alimente.elconfidencial.com



Secciones

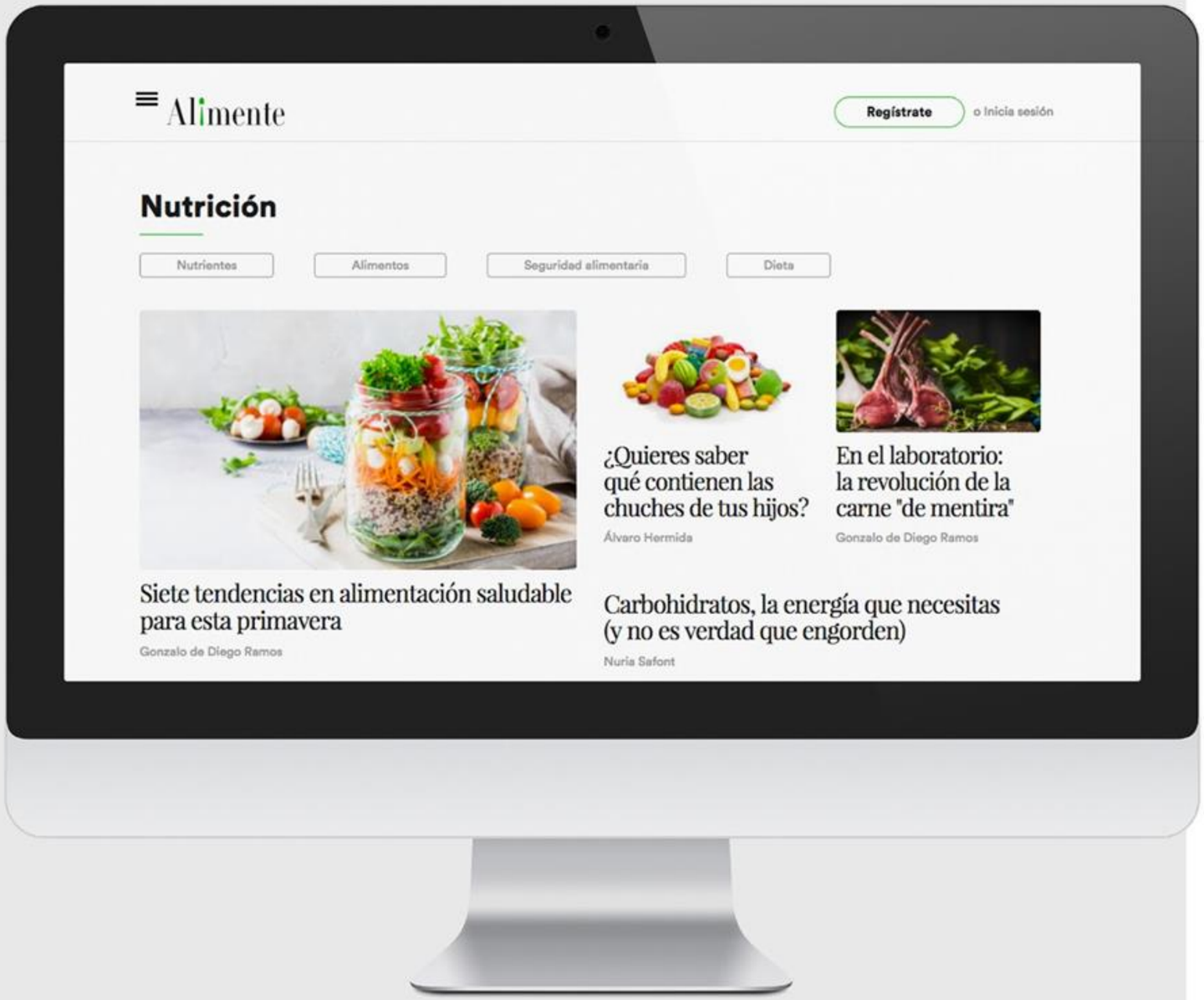
Alimente

Alimente
COMER CON CONCIENCIA

Secciones NUTRICIÓN

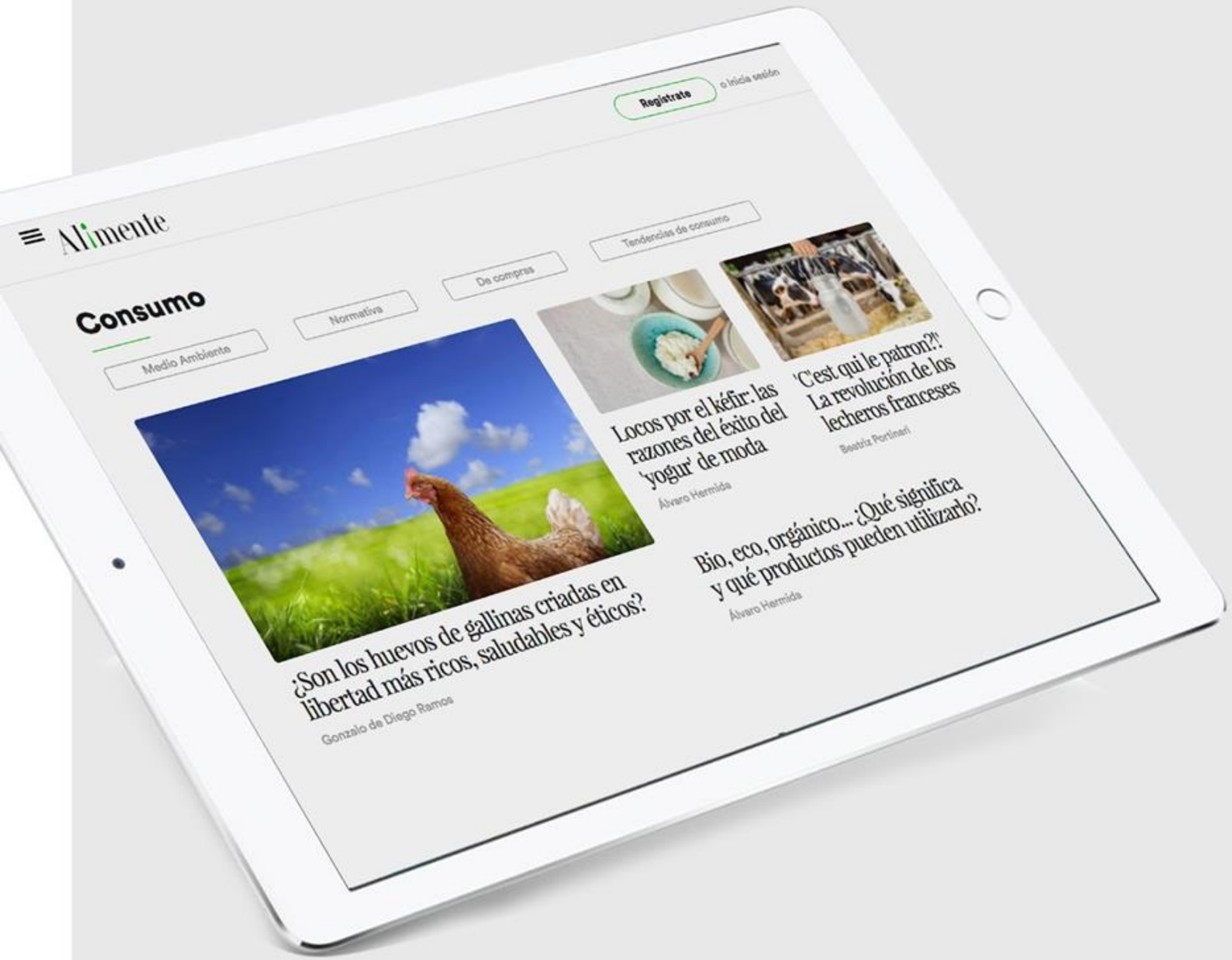
¿Cómo nos alimentamos? ¿Qué llevan los alimentos que compramos? ¿Sabemos qué son los nutrientes y para qué sirven?

- **Nutrientes:** hidratos de carbono, proteínas, fibra, ácidos grasos... ¿dónde los encontramos?¿cómo nos pueden ayudar?
- **Alimentos:** Los tradicionales y las tendencias. De la patata a la chía, del yogur al kefir, del arroz a la quinoa.
- **Dieta:** Nada de milagros. Se trata de entender qué tipo de alimentación es la más adecuada
- **Seguridad alimentaria:** alérgenos, alertas, ¿qué debemos saber?



Secciones
CONSUMO

Alimente
COMER CON CONCIENCIA



¿Cómo se transforman los alimentos? ¿Qué sectores intervienen? ¿Cómo se protegen los intereses del consumidor?

- **Tendencias de consumo:** ¿Qué compran los españoles? ¿Cómo cambia nuestra cesta de la compra? ¿Qué tendencias se perfilan para el futuro?

- **Medio ambiente:** En los últimos años ha crecido la conciencia ciudadana con respecto a la sostenibilidad, el medio ambiente, el respeto a los animales.

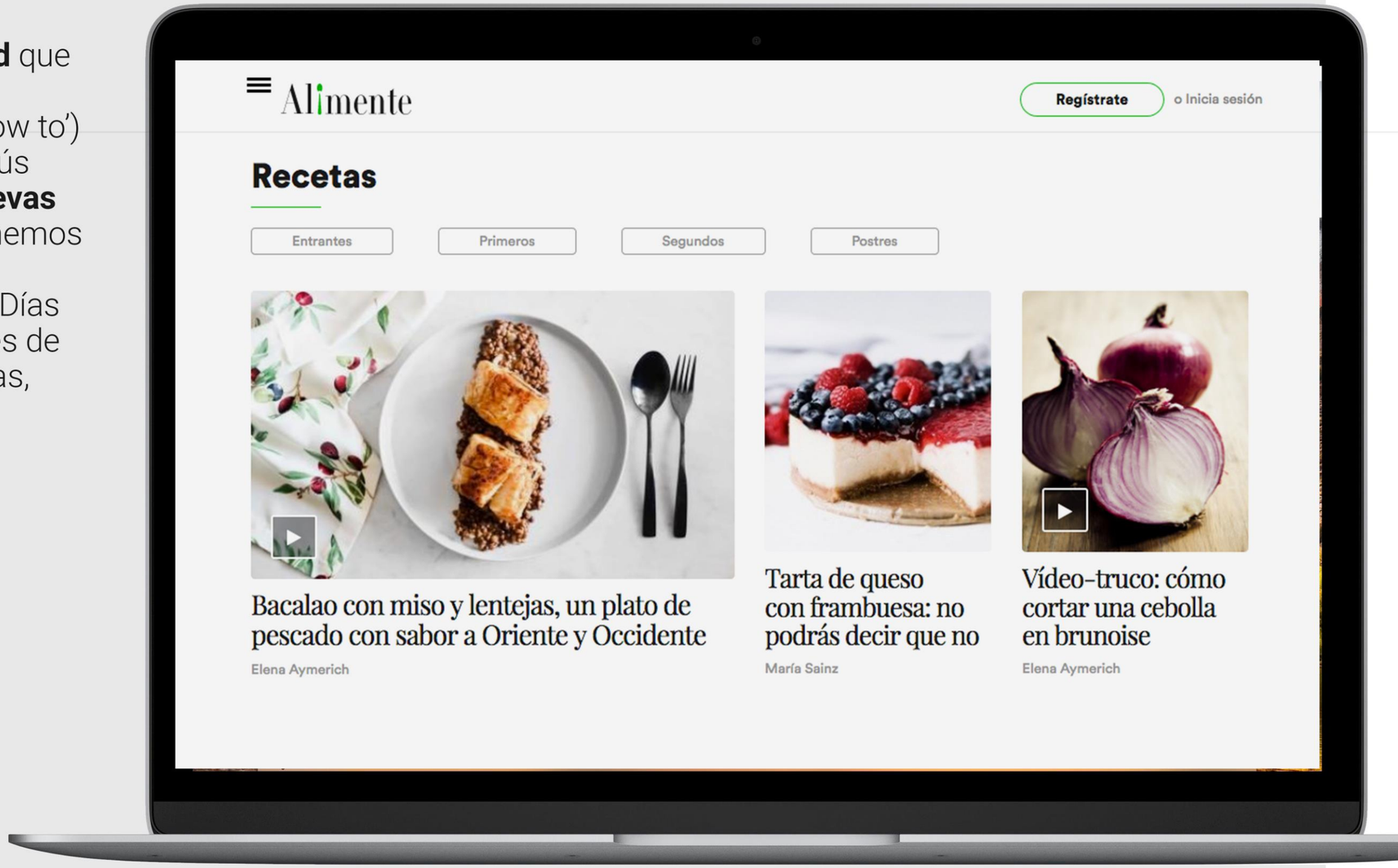
- **Normativa:** etiquetado, alegaciones, claims...

www.alimente.elconfidencial.com

COMER CON CONCIENCIA
Alimente

Secciones RECETAS

Alimente apuesta por **recetas de calidad** que encajen en la filosofía del proyecto. En formato de video-receta, video-truco (‘how to’) y receta convencional, elaboramos menús orientados a la **idea de salud y a las nuevas tendencias culinarias**. Pero también tenemos en cuenta los acontecimientos del mes (menús para Champions, Día del Padre, Días Mundiales) y, por supuesto, con opciones de homenajes‘transgresores’: patatas bravas, alitas fritas…

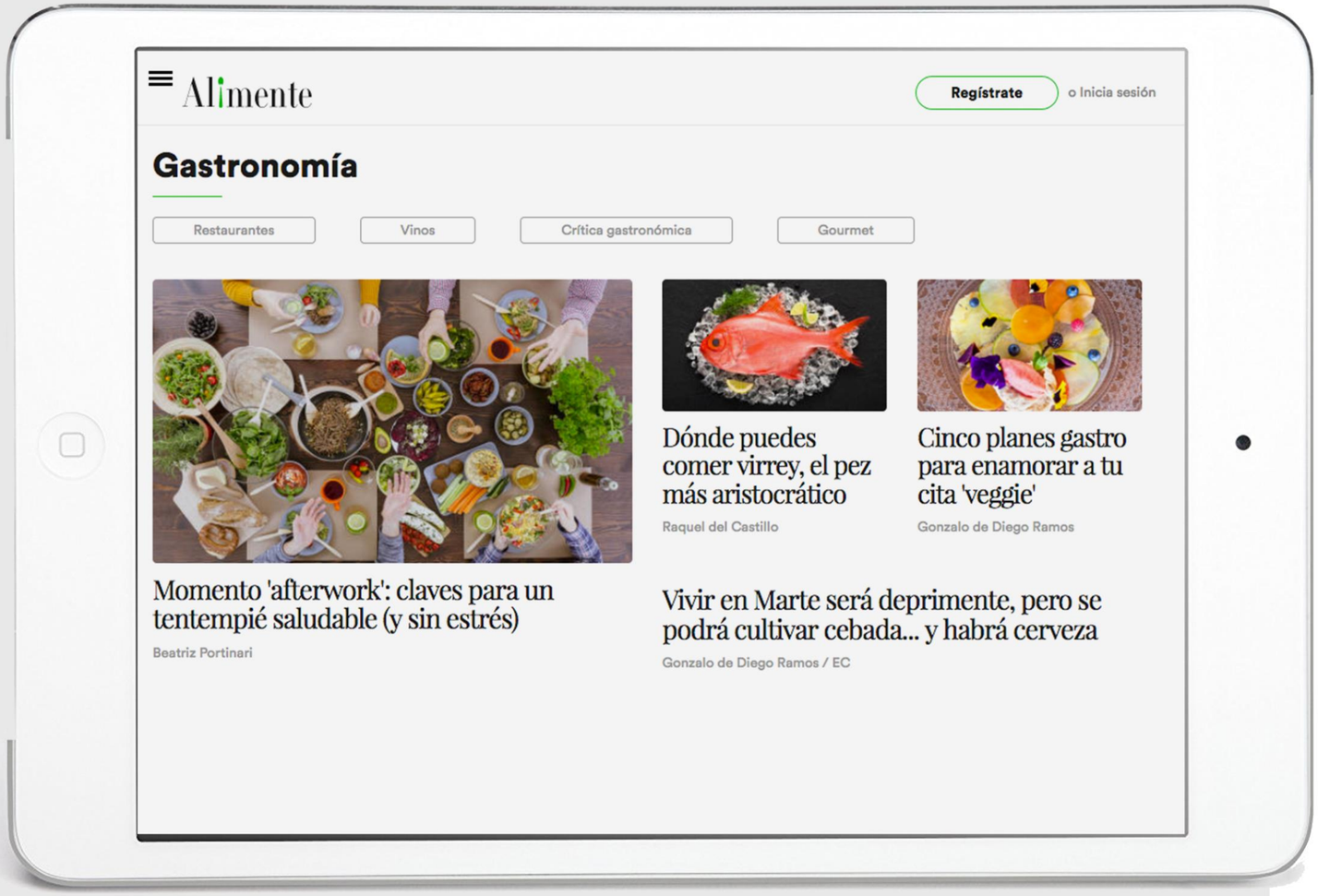


Alimente COMER CON CONCIENCIA

Secciones GASTRONOMÍA

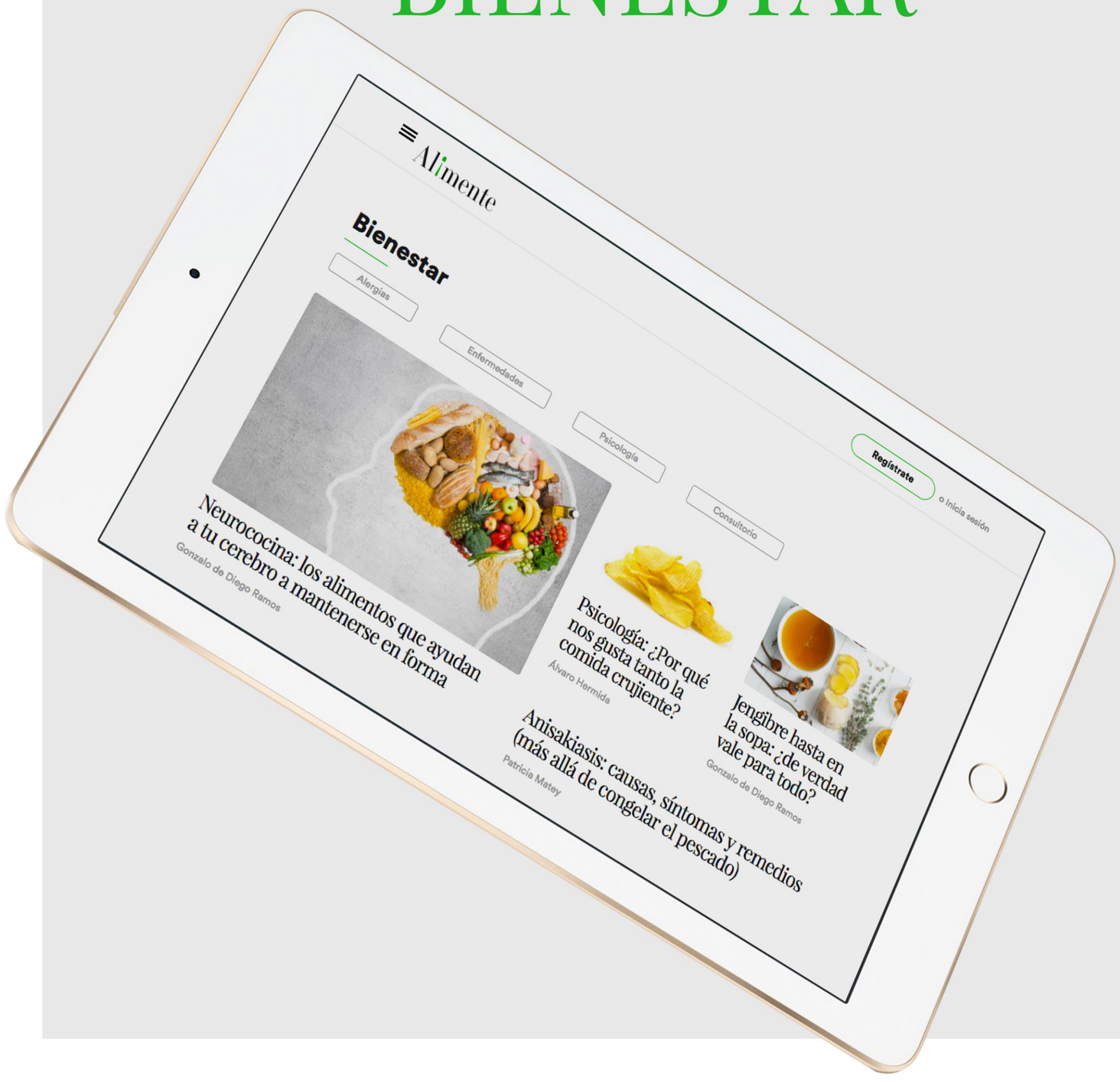
En Alimente también tiene importancia la comida como celebración, como fiesta, como diversión.

- **Restaurantes:** aperturas, chefs, estrellas Michelin, Big Gourmand, grupos de restauración, calles gastronómicas (de Ponzano a Jorge Juan...)
- **Vinos y bebidas:** bodegas, copas de moda (el gintonic y mucho más), vinos de pago...
- **Crítica:** Carlos Santos, periodista de RNE, cronista político y gastrónomo aficionado nos ofrecerá cada semana la crítica de un restaurante.
- **Gourmet:** los mejores productos, denominaciones de origen, los gadgets más curiosos, la exclusividad



Secciones
BIENESTAR

Alimente
COMER CON CONCIENCIA



Volvemos a la idea de alimento como fuente de salud. A ver las patologías que tienen relación con nuestra digestión y las pautas dietéticas que debemos seguir para prevenir, tratar y a veces, incluso, curar.

- **Enfermedades:** anisakiasis, Crohn, reflujo gastroesofágico...
- **Alergias e intolerancias:** al gluten, lactosa, frutos secos...
- **Psicología:** la comida tiene un componente emocional muy importante. ¿Por qué comemos loque comemos? ¿De qué manera elegimos?
- **Consultorio:** Planteamos la posibilidad de responder a las consultas de los lectores.

www.alimente.elconfidencial.com

Alimente
COMER CON CONCIENCIA

Nuestros Expertos



Rodrigo de la Calle
Chef de El Invernadero (estrella Michelin)



Rut Cotroneo
Sumiller. Premio Nacional de Gastronomía



Nuria Safont
Periodista especializada en alimentación y Salud



Laura Bolea
Periodista especializada en estilo de vida, planes de ocio y gastronomía



José Manuel López
Miembro del Panel de Seguridad Alimentaria



Aitor Sánchez
Dietista nutricionista. Autor de 'Mi dieta cojea'



Formatos

Alimente

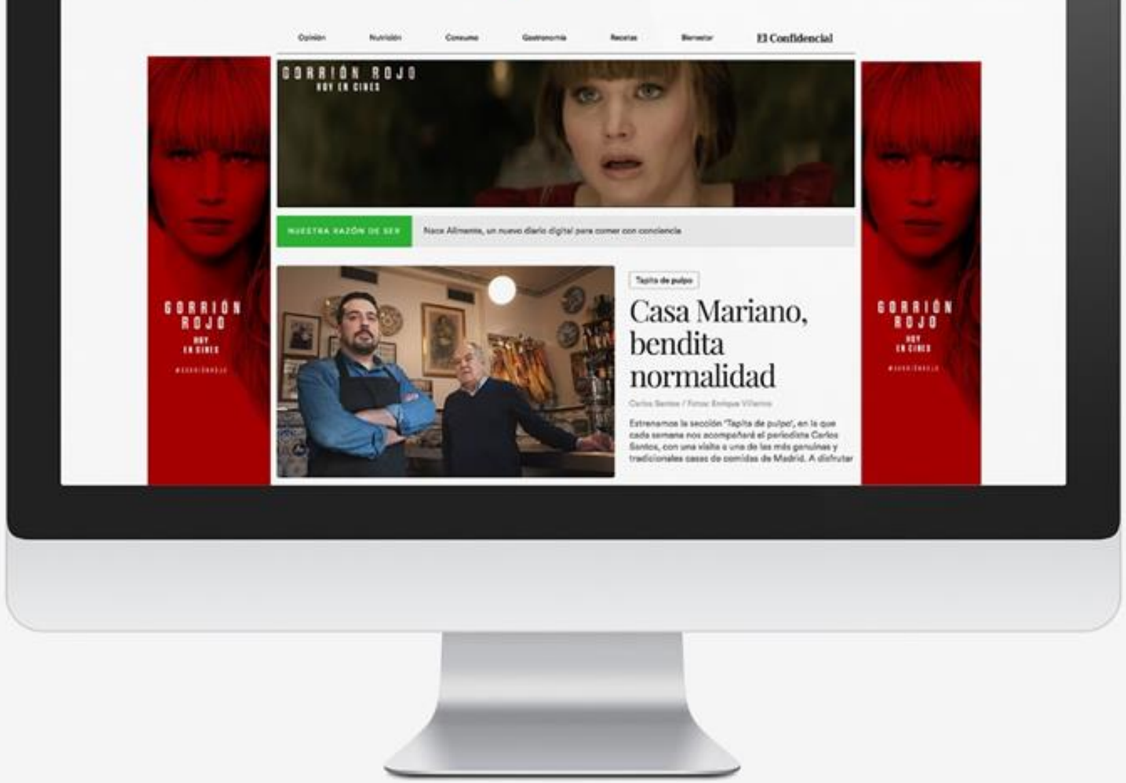
Alimente COMER CON CONCIENCIA



Display

Ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de hacer la **personalización del site** a través de formatos de display.





www.alimente.elconfidencial.com

Branded Content

ESPECIAL

El especial incluirá **texto, fotografía, maqueta y diseño.**

Cada especial tendrá visibilidad **3 días en portada de El Confidencial (posición premium el primer día+ 2 días en balcón de las marcas)**, bajo el cintillo de 'Patrocinado por'.

El Confidencial ofrecerá difusión a cada uno en sus **RRSS (Facebook y Twitter)**, con mención especial al perfil de la marca.





www.alimente.elconfidencial.com



Alimente COMER CON CONCIENCIA



Branded Content Especial GRAN FORMATO

El artículo incluirá **texto, fotografía, maqueta y diseño.**

Cada artículo tendrá visibilidad **3 días en portada** de El Confidencial (posición premium el primer día+ **2 días en balcón de las marcas)**, bajo el cintillo de 'Patrocinado por'.

El Confidencial ofrecerá difusión a cada uno en sus **RRSS (Facebook y Twitter)**, con mención especial al perfil de la marca.





www.alimente.elconfidencial.com

Branded Content

PATROCINADO

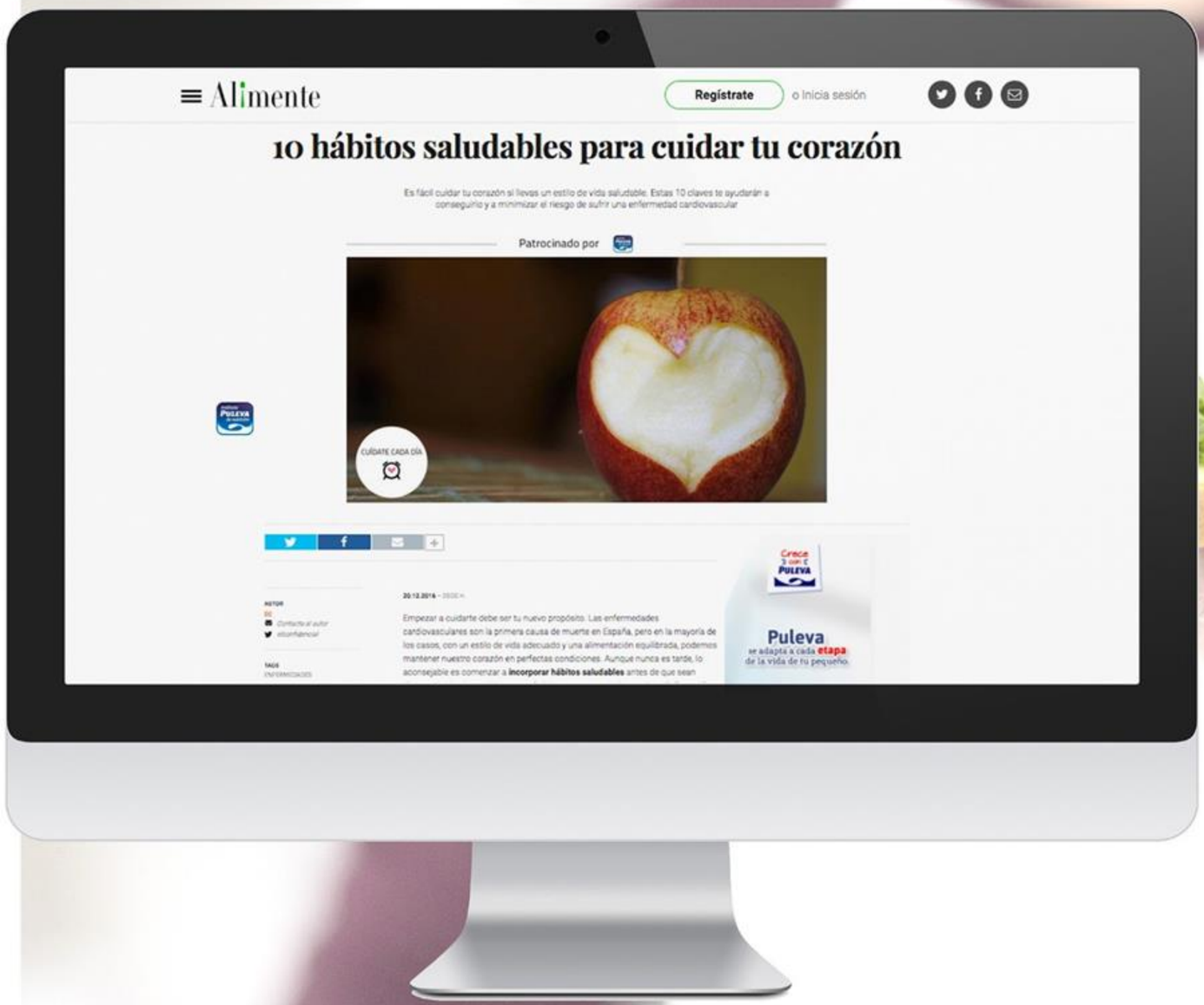
El artículo incluirá **texto y fotografía.**

Cada artículo tendrá visibilidad **un día en portada** de El Confidencial en balcón de las marcas, bajo el cintillo de **'Patrocinado por'**.

El Confidencial ofrecerá difusión a cada uno en sus **RRSS (Facebook y Twitter)**, con mención especial al perfil de la marca.







www.alimente.elconfidencial.com

Branded Content Recetas PATROCINADAS

El artículo incluirá **texto, fotografía y posibilidad de video receta.**

Cada artículo tendrá visibilidad **2 días en receta** de El Confidencial (posición oro el primer día + **1 día en balcón de las marcas)**, bajo el cintillo de 'Patrocinado por'.

El Confidencial ofrecerá difusión a cada uno en sus **RRSS (Facebook y Twitter)**, con mención especial al perfil de la marca.

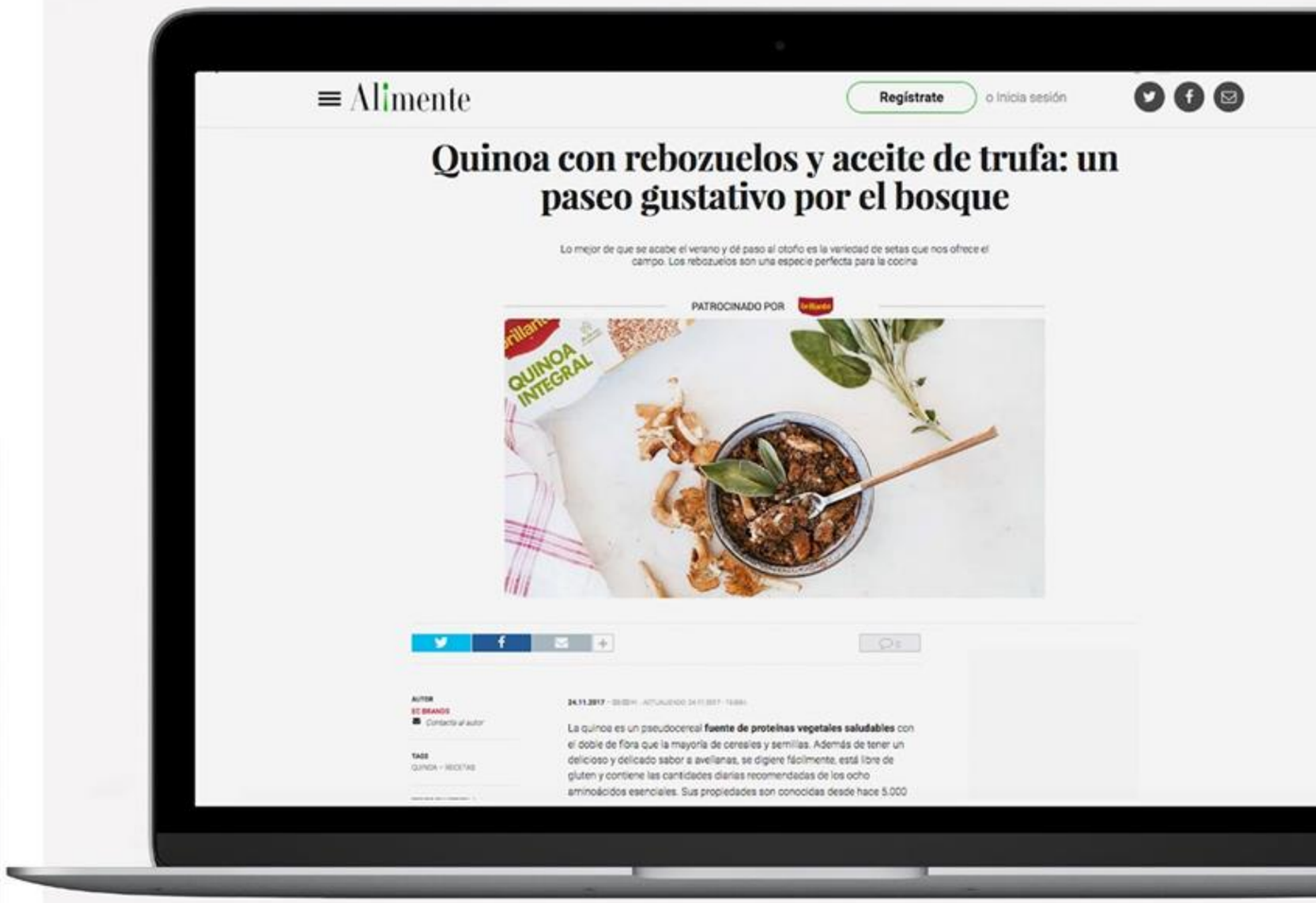
**Formato válido para un mínimo de 6 meses*





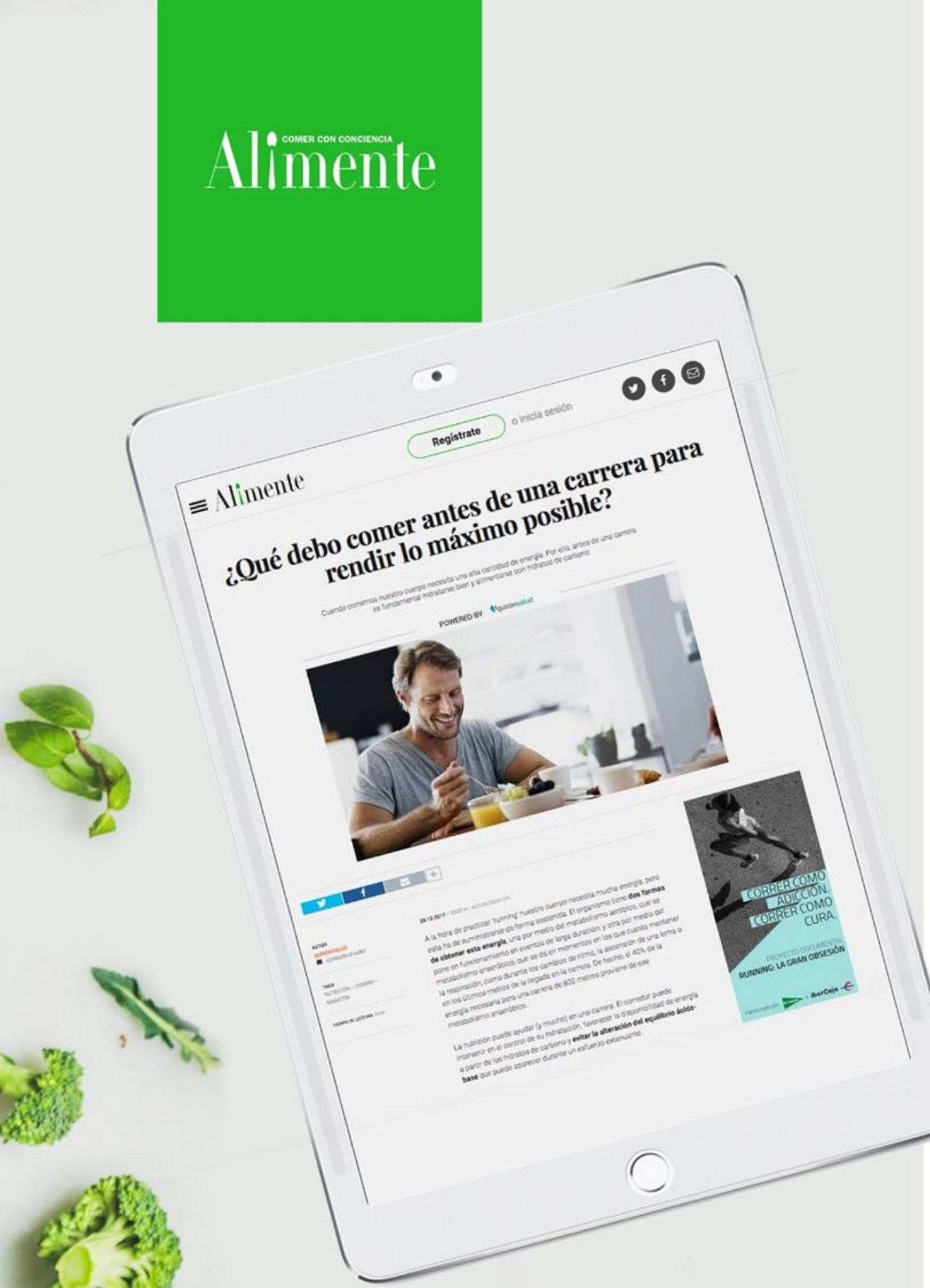






www.alimente.elconfidencial.com





Branded Content Consultorio SALUD Y ALIMENTACIÓN

El consultorio incluirá **texto, fotografía.**

Cada artículo tendrá visibilidad **2 días en portada** de El Confidencial (posición oro el primer día + **un día en balcón de las marcas,** bajo el cintillo de 'Patrocinado por'.

El Confidencial ofrecerá difusión a cada uno en sus **RRSS (Facebook y Twitter)**, con mención especial al perfil de la marca.

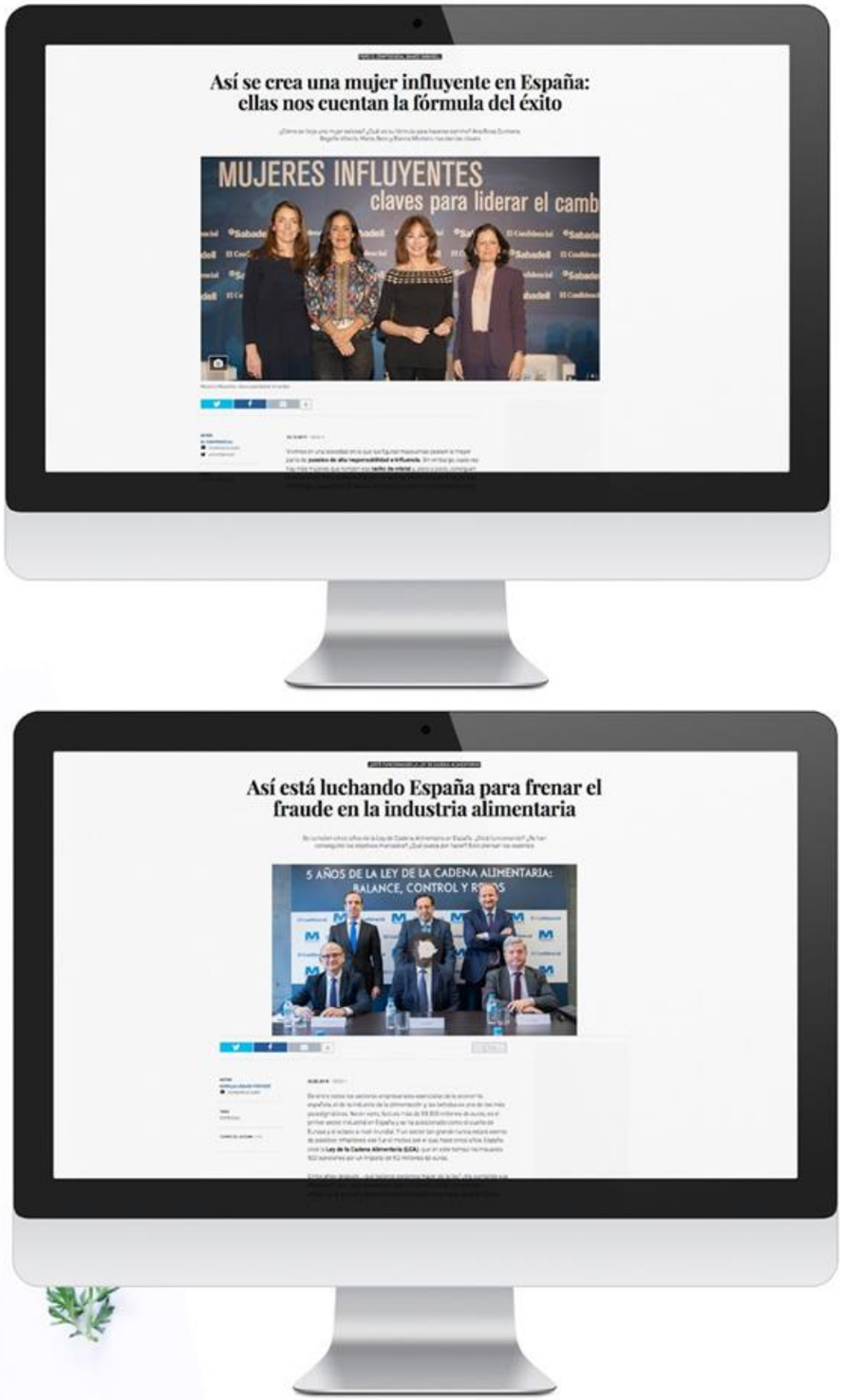
**Formato válido para acuerdo mínimo de 6 meses*





www.alimente.elconfidencial.com

Eventos *Alimente*



Foros

Se trata de **eventos 'llave en mano' abiertos al público**, consiguiendo un aforo masivo gracias a la realización de publicidad previa en el periódico y a la difusión de la invitación a la BBDD propia de El Confidencial.

Se celebran **en hotel de lujo o en otro espacio recomendado** según la temática del evento.

Son eventos con **público masivo** y con una puesta en escena diferencial como valor añadido, más si cabe al tratarse del sector alimentación.

Mesas

Se abordan contenidos de interés informativo en **formato debate**, alineados con la estrategia del cliente y en colaboración con el mismo, que quedarán recogidos en un artículo para publicar en portada.

Se celebra **en la redacción del diario**.

El objetivo puede ser **estrechar contactos** con grupos de interés, **prescribir opinión, posicionar** marca/directivos, pulsar opinión sobre un tema del sector alimentación.

www.alimente.elconfidencial.com

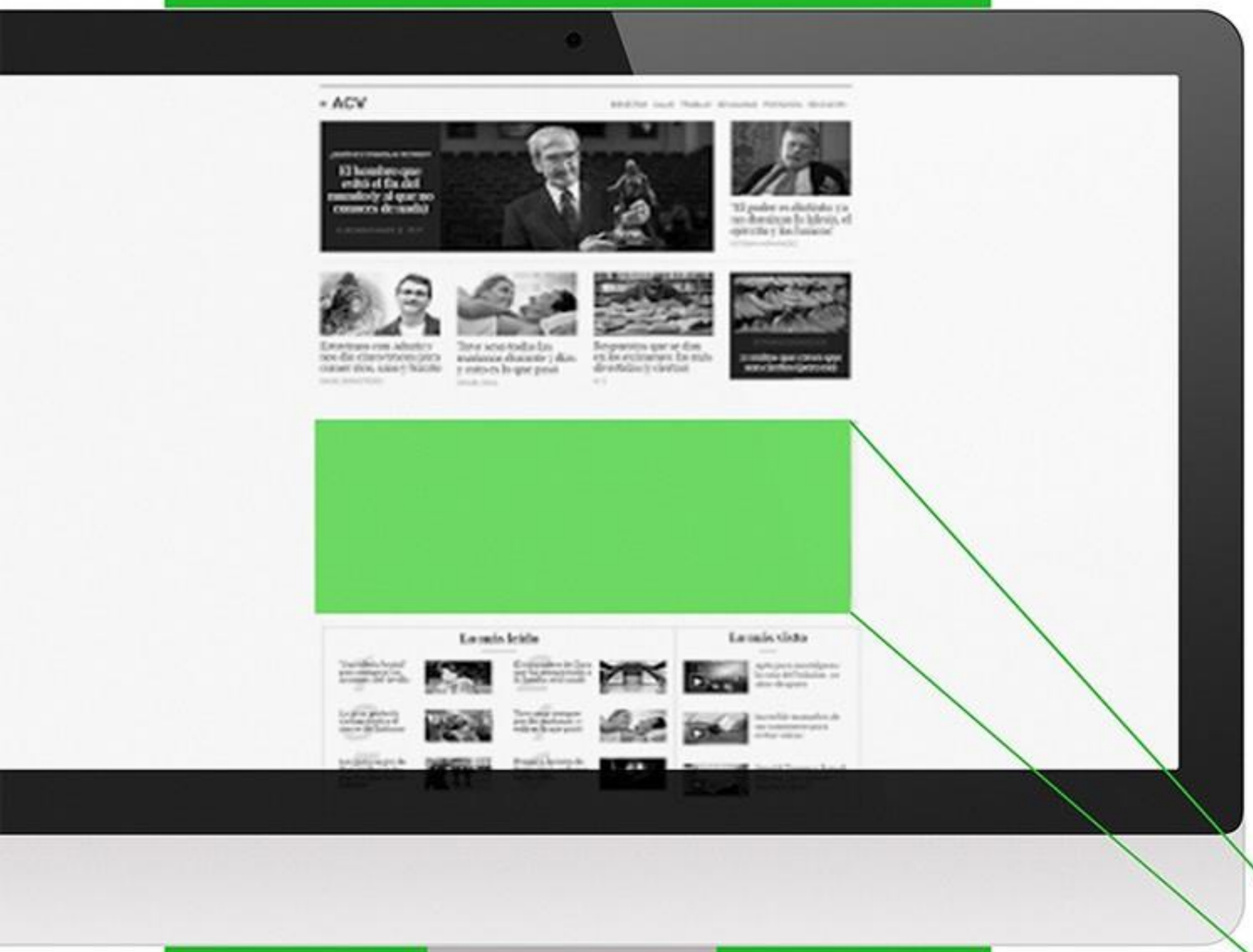
Posiciones en PORTADA



Premium (Especiales)



Plata
(Balcón de las marcas)





Posiciones en PORTADA

Alimente
COMER CON CONCIENCIA



Casos de éxito



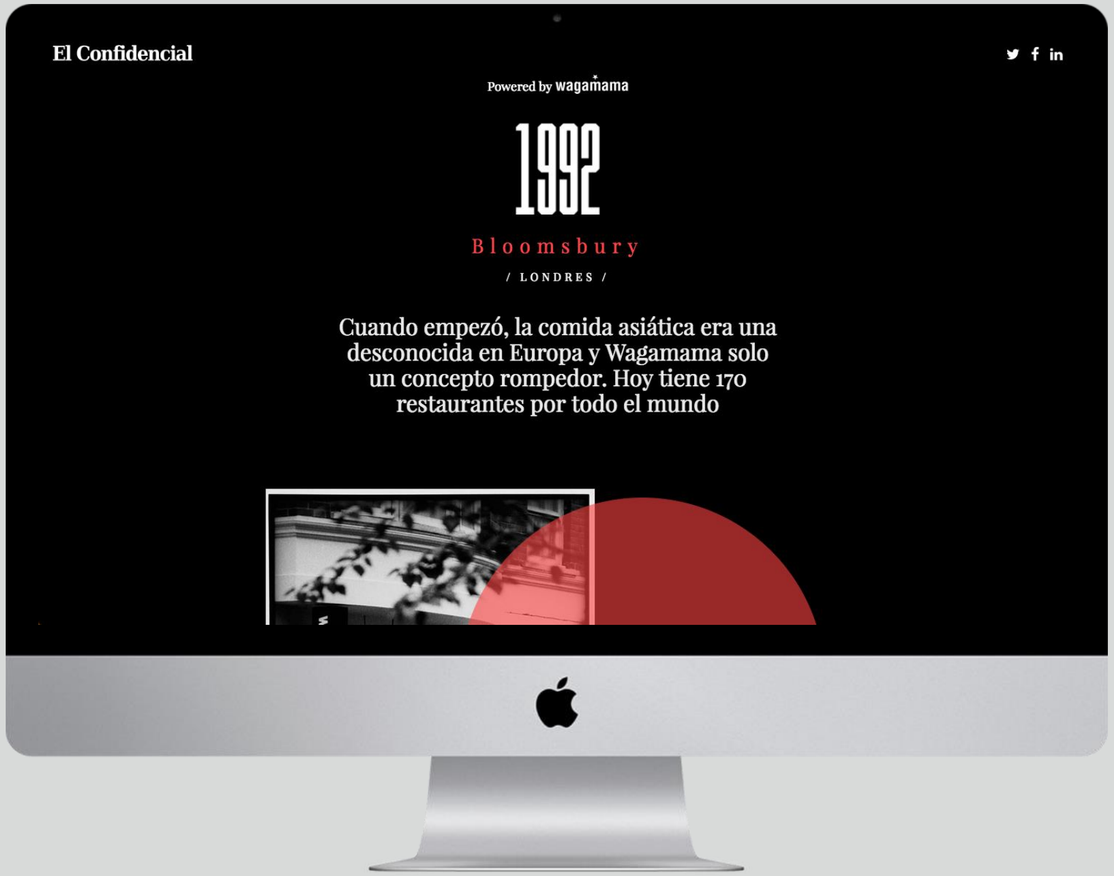
Acciones Display

Brand Week



Alimente
COMER CON CONCIENCIA

WAGAMAMA



Branded Content

ESPECIAL

Desarrollo de un formato especial con maqueta, fotografía, diseño y vídeo publicado en portada de El Confidencial en posición destacada con posterior difusión en los perfiles sociales de El Confidencial.







Alimente
COMER CON CONCIENCIA

DON SIMON



Branded Content

ESPECIAL

Desarrollo de un formato especial con maqueta, fotografía, diseño y vídeo publicado en portada de El Confidencial en posición destacada con posterior difusión en los perfiles sociales de El Confidencial.







Alimente COMER CON CONCIENCIA

GAROFALO



Branded Content

ARTÍCULO

Desarrollo de un artículo centrado en los valores de un producto, su forma de cocinado y sus valores nutritivos. .







Branded Content

ACUERDO

Alimente ha cerrado con el Corte Inglés, un acuerdo de colaboración basado en el desarrollo de una serie de artículos sobre la “Frescocina” que quedan alojados en un repositorio común para retroalimentar las visitas.

EL CORTE INGLÉS





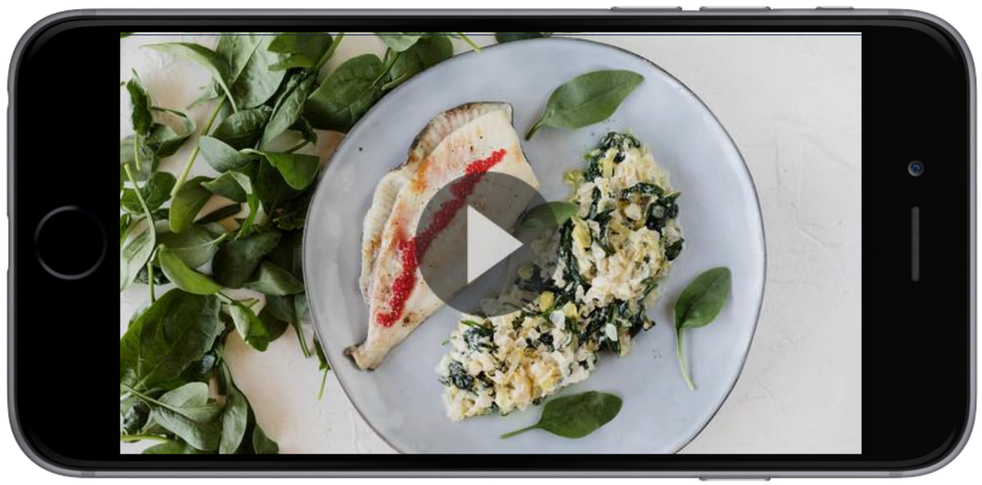
Branded Content

Vídeo

Desarrollo de un video-receta alojado en la sección de recetas de alimente.

VIDEO-RECETA





Alimente COMER CON CONCIENCIA



KPIs y *audiencias*

Todas estas acciones responden a unos **KPIs previamente estudiados** con el objetivo de alcanzar los resultados más óptimos.

Ponemos a disposición del cliente los **contenidos realizados para compartir** en sus sitios propios.

Utilizamos la misma data y tecnología, así como **el servicio de audiencia de nuestro diario**, y elaboramos un *detallado informe* al realizar la campaña.

A partir del 7º día de campaña mandaremos al cliente **reporte** con los siguientes KPIs: uu, pv, tiempo, fuentes de tráfico, dispostivo, clicks, rrss, scroll.

www.alimente.elconfidencial.com

Gracias

El Confidencial
EL DIARIO DE LOS LECTORES INFLUYENTES
Vía de las 2 Castillas 33 Edif. Ática 7
Pozuelo de Alarcón, Madrid
comercial@elconfidencial.com