
Cuando el huevo se promociona

Giovanni De Luca

(*Rivista di Avicoltura*, 1993:62, 21-24)

Las campañas de promoción en pro del consumo de huevos realizadas en Canadá, Estados Unidos y Gran Bretaña, constituyen un óptimo ejemplo de “marketing” aplicado a un producto pobre.

Las diálogos sobre motivación que tuvieron lugar dentro de una reciente encuesta sobre los huevos, han hecho resurgir algunos de los tópicos más comunes sobre lo que se les atribuye:

1. Un valor dietético discutible.
2. Una baja digestibilidad.
3. Un elevado índice de colesterol.

Este es un problema que aflige no sólo al consumidor italiano, sino al de todo el mundo. Por este motivo, diversas asociaciones de productores de huevos están organizando, a nivel mundial, campañas de promoción destinadas a explicar al consumidor el valor real de este alimento.

Desdichadamente, las acciones de promoción a favor del huevo realizadas en Italia no han destacado nunca ni por su fantasía ni por su constancia. También es cierto que nunca han tenido buena suerte. Basta recordar que en 1992, pocas semanas después de finalizar la campaña encabezada por el slogan “La gallina de los huevos de oro”, algunos casos de salmonelosis hacían temblar el mercado nacional de huevos.

Entonces, ¿qué podemos hacer para incrementar las ventas?

Para estudiar a fondo este tema hemos ido a ver que pasa en otros países, concentrando

nuestra investigación particularmente en los Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña.

La decisión de incluir el Reino Unido no fue casual desde el momento en que la avicultura de este país fue puesta a prueba, hace algunos años, por las salmonellas, haciendo indispensable el llevar a cabo una política comercial y promocional que acercara de nuevo al consumidor al huevo y al pollo, cosa que se ha logrado plenamente hoy en día.

El caso de los Estados Unidos

El as sacado de la manga de el “American Egg Board” –AEB–, el ente americano que protege y promueve la imagen del huevo, es Howard Helmer –ver foto nº 1–, un divertido

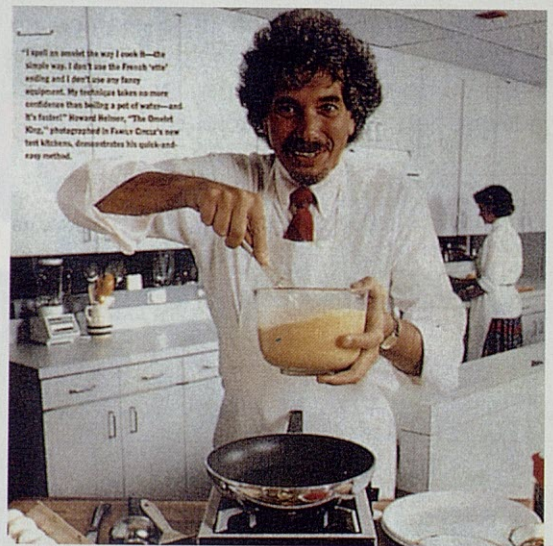


Foto 1

