



YOUNG LIONS PR 2021



Contexto

¿Cómo decirles a los colombianos que Alpina **hará una donación de 2.5 millones** de productos a las personas más vulnerables?



Compromiso a resaltar

Trabajar por un país sin hambre, compartiendo productos de alto valor nutricional con más de 2.5 millones de colombianos en situación de vulnerabilidad.

Insight

Los colombianos creemos mucho en las supersticiones y poco en lo que realmente pasa.

Presentamos

 **EL**
EFFECTO 
2015



Idea

Usamos la superstición de las personas **poniendo el número 2.5 en nuestras vacas** para generar PR alrededor del número.

Al final, les contábamos que éramos nosotros los que estábamos detrás de esa noticia viral con nuestra donación.

Etapa 1

Con un grupo de ingenieros y artistas pusimos el 2.5 en las vacas como una mancha que pasaba desapercibida.



Estas empezaron a aparecer por todo el país: en digital, en radio, en tv y en la boca de todos.



@AndrésEIPati

Aparece el #Efecto2.5 y justo nos toca aplazar la boda. ¿Coincidencia? No lo creo.



@LauraJulianaMarroking25

Hasta un chance me hago con el tal #Efecto2.5



Etapa 2

En una primera plana confesamos que estábamos detrás de esto.

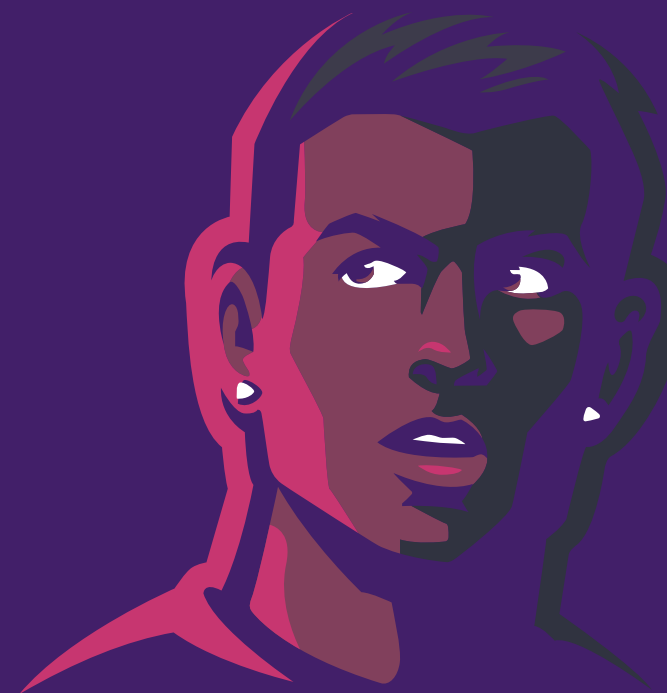
Y la vaca trending topic acompañaba la entrega de las donaciones.



Resultados



Ganamos **free press** en memes.



Visitaron **más nuestro perfil** que el del bicho.

El 2.5 fue el número **más buscado**

en 



Toda Colombia **conoció los 2.5 millones** de productos donados.



EL EFECTO 2.5

Contexto

¿Cómo decirles a los colombianos que Alpina hará una donación de 2.5 millones de productosa las personas más vulnerables?

Insight

Los colombianos creemos mucho en las **supersticiones** y poco en lo que realmente pasa.

Idea

Usamos la superstición de las personas **poniendo el número 2.5 en nuestras vacas** para generar PR alrededor del número.

Al final les contábamos que éramos nosotros, los que estábamos detrás de esa noticia viral con nuestra donación.



Etapa 1

Etapa 2

Resultados



Ganamos **freepress** en memes.



Visitaron **más nuestro perfil** que el del bicho.

El 2.5 fue el número **más buscado** en

Todo Colombia conoció los 2.5 millones de productos donados.

A Pusimos el **número 2.5** en nuestras vacas.

B Los colombianos **hablaban de este fenómeno** para darle una explicación.

C En una primera plana confesamos que estábamos detrás de esto.

D Las vacas acompañaron la entrega de las donaciones.