

PASSIÓ PER

Xavier Olivé revoluciona la comunicació gastronòmica

→ Xavier Olivé és, actualment, un dels assessors més valorats pel que fa a comunicació gastronòmica en l'àmbit nacional. A la seva agència estan treballant en més de quinze projectes, amb una única obsessió: diferenciar les marques dels seus clients i contribuir al fet que els productes tinguin més èxit de vendes.

Amant dels més exquisits plaers gastronòmics, és habitual trobar-se Xavier Olivé voltant per alguna de les botigues gourmet més importants del món. La seva intenció és estar sempre informat de les tendències de consum més actuals i avantguardistes per tal de fer somiar a consumidors i empresaris. "El nostre objectiu és crear marques diferenciades", assegura Xavier Olivé. La seva missió és aconseguir que els productes dels seus clients esdevinguin experiències sensorials que despertin l'emoció del consumidor; un consumidor acostumat a productes cada vegada més semblants.

A la seva agència de comunicació, que va fundar fa deu anys, Xavier Olivé lidera un equip de persones especialitzades en la gestió de marques d'alimentació que porten a terme feines molt creatives i diferenciades. En són exemples la comunicació del centenari de l'empresa de galetes Trias, l'exitós posicionament de Carrasco Guijuelo com una empresa de productes ibèrics con-



vertida en una marca de luxe gastronòmic i la campanya de premsa internacional desenvolupada per a Conservas Ramón Peña.

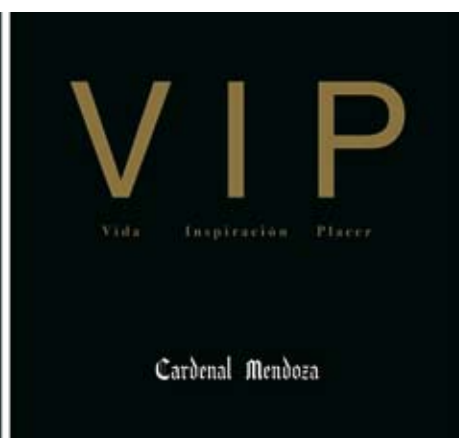
Marques com Conservas Ortiz, Brandy Cardenal Mendoza, Embotits Salgot, la cadena de botigues Mas Gourmets, Imperia Foie Gras o Bombons Cudié treballen amb Xavier Olivé. Com ell mateix afirma, "és molt important que un producte tingui un embalatge que destaquï en el punt de venda, que aparegui als mitjans de comunicació en forma de notícies o reportatges, formar l'equip de vendes perquè faci presentacions memorables i amb arguments diferenciats, fer una pàgina web on es desenvolupi la cultura gastronòmica dels productes que es volen comunicar o desenvolupar les relacions públiques per posar en contacte la marca amb els seus prescriptors". Al final, el resultat de la feina és el que compta: ajudar a definir la imatge d'una empresa per construir una marca diferenciada. ■



L'Agència

A l'agència de Xavier Olivé més de deu professionals treballen per ajudar l'empresari a definir una estratègia de marca per diferenciar els seus productes i aconseguir que les seves marques siguin les més desitjades i admirades del sector.

Amb aquesta filosofia no es fa estrany que l'agència de Xavier Olivé publiqui més de 3.000 notícies l'any sobre els seus clients, que hagi guanyat el premi al millor web gastronòmic o que faci els estands amb més èxit d'assistència a les fires gastronòmiques



Degustar un Cardenal Mendoza convierte el momento de beber brandy, en un placer extraordinario, un acto artístico; vida, inspiración, placer: Arte de vivir.

