

ColaCao

75 AÑOS DE GRUMITOS



Hola, aunque hoy estoy en más de **6 millones de hogares** y en nuestro país se toman más de 50 vasos de leche con ColaCao por segundo, ¡casi 5 millones de vasos al día! también tengo un **pasado**.

Llegar hasta aquí ha sido gracias a vosotros y hoy me siento afortunado de estar presente en los hogares de muchísimas familias españolas a lo largo de estos años.



Para celebrarlo quiero contaros uno de mis secretos mejor guardados, el porqué de mis famosos y deseados **grumitos**: mi receta con cacao natural y sin añadirle aditivos. Para todos los que no conozcáis mi historia, aquí os la voy a contar.

Además, como 75 no se celebran todos los días, coincidiendo con este aniversario, he dado un paso adelante en nuestra responsabilidad social certificando el 100% de mi cacao con "ONG Rainforest Alliance", el mayor programa de sostenibilidad del mundo del cacao.

DEL BARRIO DE GRACIA DE BARCELONA A TODOS LOS RINCONES DEL PAÍS

Mis orígenes están en un pequeño local de Barcelona, en pleno barrio de Gracia, uno de los más populares de la ciudad. Allí, dos emprendedores -José María Ventura y José Ignacio Ferrero- empezaron a trabajar en un producto elaborado artesanalmente que se registró comercialmente bajo el nombre de ColaCao en 1945, así nació yo. El producto se lanzaría al mercado español un año después.



COLACAO, EL DEPORTE Y LA PUBLICIDAD 75 AÑOS DE LA MANO



La historia de la publicidad en España va íntimamente ligada a la de ColaCao. Y es que la marca siempre ha sido pionera en innovar en formatos publicitarios. A mediados de los años 50 apostó por la radio, siendo la primera marca en patrocinar una radionovela. Se trataba de **Matilde, Perico y Periquín**, en Radio Barcelona - Cadena SER. Y lo hizo con uno de los jingles más populares de la historia de la publicidad en nuestro país: la **Canción del ColaCao**.

En 1962 la marca emitía sus primeros spots en Televisión Española y a finales de la década de los 80, ColaCao apostaba por la emisión de sus campañas en las cadenas televisivas privadas, cuando ni siquiera había disponibles datos de audiencia. Las **personalidades** más populares de cada momento han desembarcado en los spots de ColaCao, desde Teresa Rabal a Edurne pasando por Concha Cuertos o Xavier Sardà



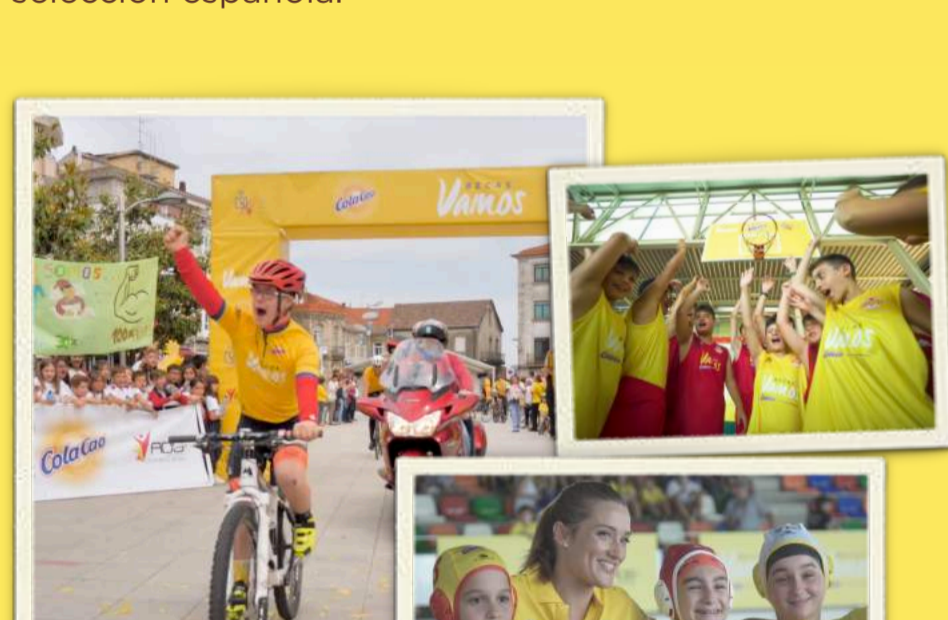
Si existe un elemento vertebrador de las campañas de ColaCao a lo largo de su historia, este es el deporte. Ya desde sus inicios "**Lo tomaba el futbolista para entrar goles**" y "**los buenos nadadores**". Años más tarde, en 1972, se convirtió en alimento olímpico y los deportistas más populares del momento, como Eddy Merckx, Mark Spitz o Emerson Fittipaldi se sumaron a sus campañas.

En el año 1988 se convertía en **patrocinador oficial del equipo olímpico español** a través de su adhesión al Plan ADO, y así lo recogieron sus anuncios televisivos. Unos años después, iconos del deporte español como Rafa Nadal o Dani Pedrosa protagonizaban, acompañados de sus madres, los spots de la marca de cacao.



A partir de **2009** ColaCao puso en el centro los valores de superación, integración y compañerismo en el deporte, dando el protagonismo a **niños y niñas "anónimos"** que crecían y disfrutaban practicando deporte. Es el caso de campañas como la de Bea, la niña apasionada por el BMX; Yael, el niño surfista que años después se convertiría en campeón de Europa; o Daniel Stix, el niño con parálisis en las piernas que nos enseñó a soñar montado en su silla de ruedas. Años después Daniel triunfaría en el baloncesto con la selección española.

ColaCao sigue apoyando en la actualidad la práctica deportiva, tanto a través de sus patrocinios a los equipos nacionales olímpicos y paralímpicos, como a través del programa "**Becas Vamós**", mediante el cual ColaCao y el Consejo Superior de Deportes (CSD) se han propuesto cumplir los sueños deportivos de niños y jóvenes de nuestro país, **fomentando el deporte base**. En la primera edición del programa, que tuvo lugar el año pasado, otorgaron 300.000 euros en becas, a través de 18 becas y favoreciendo directa e indirectamente a más de 13.000 niños y jóvenes de nuestro país.



Hoy, ColaCao estrena su nueva campaña, dando el protagonismo a diversos perfiles de sus consumidores e incidiendo en los diversos momentos de consumo del producto. Y lo hace estrenando claim, "**Eso tan tuyo**", que busca transmitir los valores que unen a la marca con sus consumidores desde hace 75 años: **la autenticidad y la cercanía**.

EL CACAÓ NATURAL, EN EL ALMA DE COLACAO DESDE SU NACIMIENTO

ColaCao es la marca más consumida de cacaos solubles en España desde su creación en 1945. Su popularidad ha crecido año tras año, conquistando tanto a pequeños como a mayores, y es que -al contrario de lo que muchos puedan pensar- casi el 50% del consumo del producto está en manos de los adultos. Pero algo que se ha mantenido invariable a lo largo de sus 75 años de trayectoria es su **receta**, elaborada con **cacao natural**.



El cacao natural es aquél que no pasa por ningún proceso químico, es decir, que se extrae directamente del árbol del cacaoero, se recoge a mano y se seca al sol. Después se tuesta y se prensa. Tiene un color marrón claro, es más amargo y con notas de acidez. Mantiene todas las características nutricionales, de color y de sabor del cacao. Este tipo de cacao se diferencia del cacao alcalinizado, que se somete a un proceso químico llamado alcalinización, mediante el cual se añade una solución con agentes correctores de la acidez. El resultado es un color más oscuro (a veces incluso negro) y con una mayor capacidad de disolución en líquidos, como por ejemplo, en leche. Este proceso de alcalinización hace que se pierdan propiedades nutricionales.

