Invaluable Food - Madrid Fusión

El valor incalculable de la creatividad

Madrid Fusión es un congreso gastronómico internacional que reúne a los mejores cocineros del mundo, capaces de crear recetas tan únicas que pueden llegar a considerarse como arte. Algunos podrían pensar que esto es algo exagerado. Así que, para probar su valor, decidimos hacer un experimento: *Invaluable Food*.

Juntamos a cinco de los mejores chefs del mundo para que crearan una experiencia culinaria única, de 25 estrellas Michelin. Y lo usamos para tratar de comprar.... a Robert De Niro

OBJETIVOS. Siendo realistas, sabíamos que De Niro estaba muy lejos, que su agenda siempre está llena, y que tiene miles de abogados que consultar. Y con un *deadline* de solo 48horas para contestar, era prácticamente imposible.

ACCIONES REALIZADAS. Para llegar a él, posteamos un video en nuestro Twitter pidiéndole públicamente que protagonizara nuestra próxima campaña. Y como sabemos que es un *foodie*, en lugar de dinero le ofrecimos pagarle con...

"The-most-upscale once-in-a-lifetime-experience, single-crafted, only-for-you, cooked-by-5-of-the greatest-chefs-in-the-world Tasting Menu".

La oferta duraba solo 48 horas. Si no respondía, abriríamos la propuesta a otras *celebrities*. Hicimos que todo el mundo se preguntara si era posible que De Niro aceptara el trato, y pusimos a Madrid Fusión en boca de todos.

Peeero, el experimento funcionó. De Niro escuchó a su estómago, y no a su bolsillo.

Y el 1 de marzo de 2022 viajó a Madrid para "comerse su propio caché" y promocionar el festival, como habíamos acordado, demostrando a todos el valor incalculable de una experiencia gastronómica como Madrid Fusión, que reúne el mejor producto y a los mejores cocineros del mundo.

RESULTADOS*. Medios gastronómicos y generalistas de todo el mundo cubrieron la noticia logrando una repercusión mediática sin precedentes. #madridfusion2022 fue *trending topic* y generó una gran conversación, con un 71% de sentimiento positivo. Se publicaron un total de 298 artículos en medios digitales de manera espontánea.

Con más de 180 millones de personas alcanzadas en 32 países, se trata de la campaña con más impacto, más eficaz y eficiente de la historia de Madrid Fusión y de la categoría de eventos de culinarios en nuestro país.

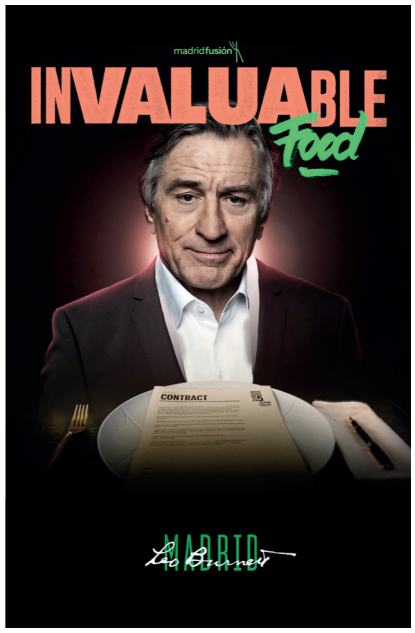
La repercusión transcendió el mundo digital de manera orgánica y los medios tradicionales y generalistas se sumaron también a la noticia. 6.769 artículos de prensa. 101 apariciones en TV. 65 Programas de radio. 24.567 usuarios de la web durante el congreso: 87 países conectados durante el congreso.

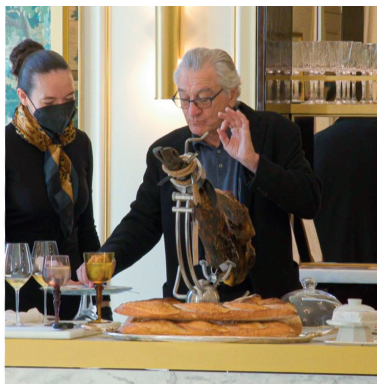
Partners y proveedores de Madrid Fusión se volcaran con la visita de De Niro, cediendo de manera gratuita todo lo necesario para que tuviera lugar: el alojamiento en el Hotel Ritz, el restaurante de Quique Dacosta, y los ingredientes y materias primas para la elaboración del menú.

Como consecuencia de la notoriedad y repercusión la edición 2022 fue la más exitosa desde que se celebra Madrid Fusión con *sold out* y más de 16.500 visitantes (+10%), con un incremento del +29,75% periodistas acreditados vs. edición 2021.

- Valoración de impacto económico: 40,4 millones de euros (31,9 en 2021); incremento del +20,4%.
- Con un presupuesto para medios de cero euros se consiguieron más de 4,5 millones de impresiones. 21.450.000 euros en medios ganados y más de 1.000.000 euros de ahorro en *celebrity endorsement* demostrando así el valor incalculable de la creatividad en la comunicación.

(*) Fuentes: Kantar Media, Twitter, Instagram, Facebook e Investigación interna. Estrategia Leo Burnett.





FICHA TÉCNICA

Anunciante: Madrid Fusión.
Marca: Madrid Fusión Edición 2022.
Agencia: Leo Burnett Madrid.
Productora: ATTIC.
Equipo Anunciante: José Carlos Capel, Benjamín Lana Velasco, Félix Lázaro y Cristina Soriano.
Equipo Attic: Rafa Endeiza y César Conti.
Equipo Agencia: Ricardo Del Campo, Gastón Guetmonovitch, Dani Sáenz, Juan Frías y Carlos Mañas.