



SE VIENE LA SEGUNDA TEMPORADA DEL EXITOSO REALITY CULINARIO DE SONY CHANNEL:



Con posibilidad de integración de marcas, el Branded Content arranca grabaciones en mayo.

“Aventura Gastronómica Argentina” es el exitoso docu reality sobre la gastronomía argentina que estrenó **Sony Channel** en octubre de 2022, orientado hacia marcas en el mercado local. Tras el éxito de la primera temporada, que se enfocó en la provincia de Buenos Aires, **el canal presenta la segunda, que recorrerá el noroeste del país.**

Salta y Jujuy son sinónimo de hermosos paisajes, buena música y una cultura gastronómica de fuerte identidad, proveniente de los pueblos originarios de la zona, con recetas ancestrales que se mantienen vivas de generación en generación.

La temporada dos vuelve con una nueva host que, a cada episodio, invitará a un destacado chef de la región, y juntos visitarán restaurantes tradicionales para probar platos realizados a partir de una gran diversidad de productos locales como el maíz, las papas, los diferentes tipos de zapallo, la quinoa y carnes de llama, vaca, cerdo y gallina. Personajes entrañables del escenario gastronómico norteño, productores locales, mercados, almacenes y tiendas gourmet tendrán su lugar a la hora de conseguir esos ingredientes representativos de cada lugar, que luego serán utilizados por los cocineros en el desarrollo de versiones innovadoras de aquellos platos tradicionales.

Realizado por **Open Kimono** y con el sello de calidad de **Sony Channel**, la segunda temporada contará con seis episodios, cuando descubriremos la gastronomía tradicional del Noroeste argentino, recorriendo además las localidades más atractivas de la región de Salta y de Jujuy. Cada capítulo trata sobre el recorrido que realizan los protagonistas para acceder a los ingredientes que luego utilizarán, a partir de las diferentes herencias y tradiciones gastronómicas locales, para reversionar un plato tradicional.



“La confirmación de una segunda temporada de Aventura Gastronómica Argentina, luego de tres exitosas temporadas en México y una en Colombia, refleja el triunfo de este formato en Latinoamérica. No podemos esperar a que regrese en Sony Channel en Argentina”, destaca Selina Nederhand, Senior VP & Co-Networks Head, Content Strategy and Acquisitions LATAM de Sony Pictures Television.

Marcas asociadas a gastronomía, turismo, viajes, *lifestyle*, entre otros, encontrarán un espacio en esta propuesta, ya que la serie permitirá a la audiencia descubrir la comida ancestral, visitando los restaurantes tradicionales de la región y probando sus platos característicos, a la vez que accede a tips y secretos durante la elaboración de los platos reversionados, inspirando a probar nuevas formas de cocinar y combinar ingredientes.

“Para los anunciantes, la segunda temporada de Aventura Gastronómica Argentina es una ventana ideal para la comunicación de las marcas, integrando orgánicamente clientes y productos dentro del contenido. Esa producción acentúa su potencial de constituirse en una plataforma óptima para sumar marcas y productos de manera creativa, sin interrumpir el contenido de los episodios y de una manera entretenida, dinámica, práctica y demostrativa”, manifiesta Luis Sabal, Senior VP, Co-Networks Head, Revenues LATAM de Sony Pictures Television.

Aventura Gastronómica Argentina arranca grabaciones en mayo y estrenará en el segundo semestre por Sony Channel. Las marcas interesadas en sumar integraciones pueden ser parte de la segunda temporada de esta exitosa mirada sobre la identidad culinaria argentina, que en su primera edición fue el show más visto del PRIME TIME entre todos los programas de SONY CHANNEL en PAY-P18+. ¹

También fue #1 entre todos los programas de gastronomía emitidos en FTV y PAY TV en TOT-W18-49HM y TOT-P18-49HM. ² Se posicionó #1 entre los canales de Movies y Series en PAY-P18-34 HM. ³ Su audiencia fue compuesta principalmente por mujeres (60%) de 25 años o más (71%)⁴, teniendo resultados a la par de shows de relevancia internacional, que son pilares para Sony Channel.

¹ Fuente: Kantar IBOPE MEDIA Arg, 2022, 18-26hs, Rat%, PAY-P18+, Ranking programas Sony Channel [RbN] (Exluje movies).

² Fuente: Kantar IBOPE MEDIA Arg, L-D (14/10/22 al 18/11/22), 18-26hs, Rat%, TOT-W18-49HM y TOT-P18-49HM, PAY y FTV Channels, Programas analizados: Comer para creer (El nueve); Cocineros/as Arg (Tv Publica); Me voy a comer el mundo, Cocina Asiática, La cocina de Tomas Kalika, La cocina simple de Julieta (El Gourmet).

³ Fuente: Kantar IBOPE MEDIA Arg, Los Viernes del 14/10/22 al 18/11/22, 22:30-23hs, Rat%, PAY-P18-34 HM, Ranking canales Cine y Series.

⁴ Fuente: Kantar IBOPE MEDIA Arg, Sony Channel, Los Viernes del 14/10/22 al 18/11/22, 22:30-23hs, Adh%, Tot-P25+, Tot-Women.