

novità di prodotto

➤ Nestlé Bevanda Fitness

In vendita da
aprile
'08



Azienda

Sanpellegrino Nestlé Waters

Marchio

Fitness

Descrizione

bevanda con fibre attive e magnesio, a basso contenuto calorico, con il 20% di succo di frutta, senza coloranti né conservanti, in acqua minerale naturale

Categoria merceologica

bibite piatte a base frutta

Nr. referenze

due: mela-kiwi e mango-ananas

Packaging

disponibile in due formati: pratico e leggero da 0,5 l e uno da 1 litro. Il pack è impattante grazie a colori brillanti. Sul retro è riportato il *nutritional compass*, strumento di Nestlé per aiutare i

consumatori a compiere scelte consapevoli e informate, che spiega funzionalità e qualità del prodotto

Shelf life

nove mesi

Prezzo consigliato

formato 1 l: 1,69 euro (gdo); formato 0,5 l 2,50 euro (normal trade)

Canali distributivi

gdo, normal trade

Focus target

donne 25-50 anni, dinamiche e attente alla propria salute

Strategie di lancio

comunicazione TV, attività *below the line*, eventi, visibilità sul punto vendita

Obiettivi del lancio

offerta di una bevanda funzionale in linea con le esigenze salutistiche del consumatore



In vendita da
ottobre
'08

← Zuegg Confettura extra di fichi rossi e noci

Azienda

Zuegg

Marchio

Zuegg

Linea

La Raccolta

Descrizione

una confettura dal sapore pregiato, grazie all'unione del fico rosso zuccherino con la croccantezza dei pezzetti di noce. Ideale come complemento per il *breakfast time*, ma anche ottima per la preparazione di dolci e torte casalinghe o l'accostamento a *plateau* di formaggi

Categoria merceologica

confetture

Nr. referenze

una

Packaging

vasetto di vetro da 320 g

Prezzo consigliato

2,89 euro

Canali distributivi

normal trade, gdo

Focus target

donne e uomini dai 25 ai 60 anni, *gourmet*

Obiettivi del lancio

offrire al consumatore i valori e i benefici del mondo naturale della frutta, attraverso prodotti che li rendono fruibili e attraenti

➤ Cioccolato Mascao Altromercato

In vendita da
settembre
'08

Azienda

Ctm Altromercato

Marchio

Altromercato

Descrizione

cioccolato equosolidale da agricoltura biologica, con zucchero integrale di canna *mascobado* e puro burro di cacao

Categoria merceologica

cioccolato in tavoletta 100 g premium

Nr. referenze

sette: fondente arancia (58%), fondente menta (61%), fondente extra fave cacao (73%), latte, fondente riso *quinoa* (61%), fondente extra (70%), latte con nocciole intere

Packaging

scatola in cartoncino, imballo interno carta flow pack

Shelf life

18 mesi



Prezzo consigliato

referenze base: 1,85 euro, aromatizzate 1,95 euro

Canali distributivi

ciruito *Botteghe del mondo*, gdo, negozi bio

Consegna

al punto vendita

a tre giorni dall'ordine

Focus target

conoscitori, amanti cioccolato fondente, consumatori sensibili al consumo responsabile

Strategie di lancio

campagna web, promo *fidaty*, gdo,

pacco dono Natale materiali pop

Obiettivi del lancio

sottolineare unicità prodotto sia qualitativa (ricetta e specialità) che valoriale (massimizzazione ingredienti commercio equo e solidale trasparenza info), innalzare il valore percepito

➤ Polli I SenzaOlio

Azienda

F.lli Polli

Marchio

Polli - I SenzaOlio

Descrizione verdure pronte a essere condite secondo il gusto personale di ciascuno, anche di coloro che sono attenti a una dieta equilibrata, senza grassi e conservanti (300 g di peso netto)

Categoria merceologica

contorni

Nr. referenze

quattro: carciofi pugliesi, peperoni grigliati campani, cipolle di Tropea, funghetti alla brace

Packaging

vaso in vetro da 314 ml

Prezzo consigliato

carciofi pugliesi e funghetti alla brace: 2,89 euro; cipolle di Tropea: 1,89 euro,

peperoni grigliati campani: 1,89 euro

Canali distributivi

modern trade

Focus target

responsabili acquisti attenti all'alimentazione sana

Obiettivi del lancio

dare la possibilità ai consumatori di trovare sullo scaffale prodotti senza olio di conserva, non all'aceto, da poter condire in base al proprio gusto personale

In vendita da
ottobre
'08

