I Cuoricini di FRoSTA "eletto prodotto dell'anno 2017"

frosta-cuoricini-couscous-s1612c-rgb-6d82e018

I Cuoricini, prodotto surgelato veggie& vegan di FRoSTA, sono stati premiati da migliaia di consumatori conquistando il prestigioso riconoscimento di “Eletto Prodotto dell’Anno 2017” nella categoria surgelati vegetali bambini.

Il carattere innovativo dei Cuoricini FRoSTA nasce dalla filosofia “FRoSTA 100% La Scelta naturale”, che implica l’uso esclusivo di materie prime di alta qualità e la rinuncia a qualsiasi additivo. Inoltre, i Cuoricini sono apprezzati in quanto piatto pronto, che riesce a coniugare praticità e genuinità. Vengono proposti in quattro varianti, per incontrare i diversi gusti dei consumatori: spinaci e mozzarella; piselli, basilico e zenzero; zucca e carote; couscous e verdure.

frosta_cuoricini_piselli_s1611c_rgbBasato esclusivamente sul voto di oltre 12.000 consumatori e giunto ormai alla dodicesima edizione, Eletto Prodotto dell’Anno è il riconoscimento che certifica i prodotti che, sul mercato italiano, hanno saputo contraddistinguersi per innovazione e grado di soddisfazione. Il premio verrà conferito a FRoSTA durante una cerimonia di premiazione che si terrà a marzo a Milano.

FRoSTA, uno dei principali produttori di alimenti surgelati in Europa, è l’unico ad aver portato in Italia prodotti completamente privi di additivi, l’unico in Europa ad avere l’intera gamma di prodotti a base di pesce certificato MSC Pesca Sostenibile e ad aver introdotto la localizzazione di tutti gli ingredienti tramite un QRcode riportato sulla confezione, che rimanda alla piattaforma www.localizzailtuocibo.it.

“Le migliaia di consumatori che hanno premiato i nostri cuoricini come Prodotto dell’Anno sono per FRoSTA la conferma che produrre food di ottima qualità, gustoso e dall’aspetto accattivante, bandendo totalmente l’uso degli additivi e rispettando l’ambiente, è la scelta giusta non solo dal punto di vista commerciale ma anche etico. Un riconoscimento che ci rende orgogliosi della nostra storia aziendale e che ci rende ancora più forti nelle scelte che faremo in futuro, scelte che metteranno sempre al centro il nostro consumatore e il suo benessere” dice **Meike Stöber**, Brand Manager di

Frosta.