In Italia arrivano le puree di frutta GoGo squeeZ

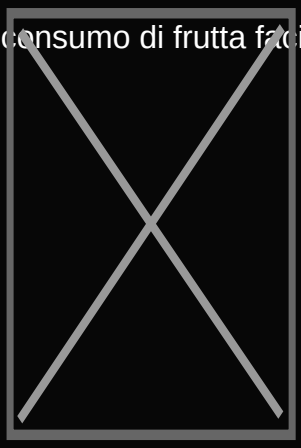
gogo-squeez-frutta-al-cucchiaio-mela-lampone-263ef8e2

Grazie alla partnership con Mom Group - la multinazionale delle puree di frutta - il Gruppo Bel - leader nei formaggi in porzioni e negli spuntini salati freschi con marchi come Leerdammer, Babybel e Kiri - lancia in Italia GoGo squeeZ, marchio di snack a base frutta. GoGo squeeZ, presente all'estero dal 2008 con importanti quote di mercato, arriva in Italia con una gamma completa di snack sani fatti con 100% frutta, in tanti gusti golosi, ideali anche per il consumo fuori casa, in linea con la richiesta da parte dei consumatori di prodotti a base frutta on the go, salutari e pratici. Una ricetta di successo destinata a supportare la crescita dell'intera categoria, che sarà lanciata attraverso numerose iniziative promozionali in store, tra cui materiale informativo e espositori in grado di attirare il consumatore e generare traffico sull'intera corsia. A supporto, anche una campagna di comunicazione integrata e multicanale (TV, stampa, digital e social) con sampling su tutto il territorio nazionale.



Un'intuizione vincente sviluppata a seguito di un'attenta analisi di mercato, che si traduce in un'efficace strategia capace di offrire soluzioni ideali per intercettare un segmento trasversale in costante espansione, abituato al consumo di cibi ready to eat, ma non disposto ad accettare compromessi sulla qualità e sulla bontà del prodotto. Infatti, il core target di GoGo squeeZ è rappresentato dagli "Amanti della vita", le famiglie con figli tra i 3 e i 12 anni, che richiedono soluzioni facili e pratiche, senza rinunciare alla componente del gusto. Consapevoli del fatto che "siamo quello che mangiamo", sono consumatori attenti alla qualità dei cibi e al loro apporto nutrizionale, in cerca di prodotti genuini e adatti anche per i più piccoli. In un mondo frenetico e pieno di impegni, GoGo squeeZ offre quindi una gamma completa di snack naturali e nutrizionalmente bilanciati che rendono il

consumo di frutta facile, gustoso e divertente.



Un trend in linea con la crescente domanda di frutta e verdura, che si traduce nella richiesta di prodotti in grado di combinare al meglio le esigenze di benessere e praticità. In questa direzione, il mercato delle puree di frutta regista in Italia dati particolarmente positivi, attestandosi a 42,5 milioni di euro in valore (6,5K tonnellate in volume), in crescita del 7,2% a valore e del 7,8% a volume rispetto ai 12 mesi precedenti. Un segmento con grandi potenzialità di sviluppo, in grado di intercettare un target trasversale con formati e packaging pensati anche per il consumo fuori casa dei più piccoli. All’interno del segmento delle puree di frutta, il pouch risulta sempre più apprezzato dagli italiani e registra una crescita del 42,5% rispetto all’anno precedente, molto superiore a quella delle classiche vaschette (+2,2%) che si confermato ancora il formato più acquistato con una quota a volume dell’85,6%.