PepsiCo acquisisce il brand di bevande prebiotiche poppi

20250321145501poppi-0b318222

Il duello tra **The Coca-Cola** e **PepsiCo** si gioca ora anche nel settore delle bevande prebiotiche. Dopo l'ingresso nel mercato del big player di Atlanta con **Simply Pop**, l'azienda di New York risponde con l'avvio delle operazioni di acquisizione di **poppi** per 1,95 miliardi di dollari, inclusi 300 milioni di dollari di benefici fiscali in contanti previsti, per un prezzo di acquisto netto di 1,65 miliardi.

poppi propone bevande gasate che combina prebiotici, succhi di frutta e aceto di sidro di mele per creare una soda a basso contenuto calorico. La marca è in rapida crescita - durante lo scorso Super Bowl (a febbraio) ha pure pianificato uno spot - ed è stata ideato da **Allison e Stephen Ellsworth**.

«*Non avremmo mai immaginato di poter raggiungere così tante persone, e ora grazie a PepsiCo possiamo portare la nostra soda a un pubblico ancora più vasto* - ha detto **Allison Ellsworth** -. *Siamo entusiasti di questa nuova fase di crescita e innovazione*».

«*Stiamo evolvendo il nostro portfolio da anni, attaccando anche nuovi spazi e offrendo così più scelta ai consumatori* - ha dichiarato il chairman e ceo di PepsiCo, **Ramon Laguarta** -. *Poppi è la giusta scelta per la trasformazione della nostra offerta, che oggi deve rispondere alla crescente richiesta di prodotti salutari e di benessere*».