

## VETRINA PRODOTTI

### ERACLEA LANCIA IL GELATO PER I BAR

**E**raclea Gelato è la nuova grande opportunità che Eraclea propone al mondo Horeca. Una grande novità dall'altissimo potenziale: oltre il 50% del gelato viene venduto nei bar, ma solo il 12% dei bar vende il gelato. Si tratta quindi di un mercato con grandissime opportunità di guadagno, infatti per i bar gelateria il 70% del fatturato è rappresentato proprio dalla vendita del gelato.

Eraclea propone quindi al barista una nuova opportunità di espandere il proprio business offrendo ai clienti un prodotto di alta qualità, un gelato sempre fresco e cremoso come appena mantecato, dal gusto e consistenza paragonabili al gelato artigianale, il tutto con una spesa contenuta, un modesto ingombro e una preparazione rapida e semplice.

**Il nuovo Eraclea Gelato è un prodotto cremoso e genuino che riporta ai sapori essenziali della tradizione**, proposto nelle due varianti più vendute e apprezzate del mercato: Cioccolato e Fior di Latte, disponibili in coppa piccola e coppa grande. Due gelati risolvono i problemi di spazio ed evitano l'apertura di un laboratorio. Eraclea ha studiato un pratico chiosco che permette di avere un angolo gelato in meno di un metro. Vestito con i colori e le immagini di Eraclea Gelato, il chiosco è ideale per creare un corner dentro il locale, facilitando il servizio del barista che avrà tutto a portata di mano, dalle decorazioni alle coppette.



### SAN BENEDETTO PRESENTA LA NUOVA LINEA DA 1,5 L

**A**cqua Minerale San Benedetto rinnova l'immagine della linea Frizzante e Leggermente Frizzante presentando il nuovo formato da 1,5 litri.

Completamente nuova, la bottiglia si presenta slanciata e raffinata grazie al suo design moderno e alla rivoluzionaria impugnatura ergonomica, ed è destinata a diventare un must sulle tavole degli italiani.

**Innovativa anche la grafica dell'etichetta e della confezione da 6 bottiglie con un gioco di trasparenze a esaltare l'eleganza**

e l'appeal, mentre le bollicine ne sottolineano la promessa di gusto e frizzantezza. La nuova linea caratterizza fortemente anche i due gusti: la Frizzante, dedicata a chi preferisce un gusto decisamente vivace, è legata alla colorazione blu; la Leggermente Frizzante, dedicata agli amanti di un gusto delicatamente vivace, si contraddistingue per un gioco di cromie rosso e verde. Con il nuovo progetto, San Benedetto rafforza il proprio ruolo di protagonista nei segmenti frizzante e leggermente frizzante del mercato delle acque minerali, esaltando l'eleganza, l'appeal e la visibilità delle proprie referenze e confermando l'impegno per l'evoluzione continua della propria offerta al servizio del consumatore e del trade.



### NUOVO FORMATO PER IL PREMIUM DI WARSTEINER



**U**lteriore tocco di eleganza per la birra Warsteiner a conferma dell'intenzione della marca di assicurare e rendere più solido il suo posizionamento nella fascia premium. L'azienda tedesca ha infatti presentato il nuovo restyling attuato sulla lattina Warsteiner Premium Verum, disponibile in un triplice formato da 330 ml, da 550 ml, nonché nel fusto da 5 litri. **Il pack è stato nei dettagli reso più lucente attraverso un accorgimento cromatico dorato.**

I consumatori potranno valutare personalmente il restyling a partire dalle prime settimane estive quando la lattina sarà ufficialmente lanciata sul mercato e distribuita in tutti i principali canali. "Grazie al suo design raffinato ed elegante - ha dichiarato Silvia Serpelloni, brand manager di Warsteiner Italia - il nuovissimo pack valorizza il segmento delle lattine, offrendo un appeal ancora maggiore, oltre a presentare notevoli vantaggi sia per il distributore sia per il consumatore".

### ACQUA DAGGIO IN VESTE LIBERTY

**SI COMPLETA CON LA SORGENTE DAGGIO, LAMARCA PIÙ FAMOSA DEL GRUPPO NORDA, CHE SGORGA IN ALTA QUOTA (1935 METRI S.L.M.) ED È IMBOTTIGLIATA NELLO STABILIMENTO DI PRIMALUNA (LC),** la gamma Liberty, disponibile nei formati da 100 e 50 cl. Daggio è un'acqua particolarmente pura e leggera, con un minimo residuo fisso (62,7 mg/l).

Originale e caratterizzante il pack, con esclusive etichette in oro e argento che hanno in primo piano una grande D, che richiama appunto il nome della sorgente.

**Anche per le etichette Daggio vengono utilizzati i termini Ferma (naturale) e Mossa (frizzante),** che richiamano la tradizione enologica e stabiliscono un piacevole coordinamento stilistico in tavola tra acqua e vino. Con Daggio la gamma Liberty propone al canale Horeca ben cinque soluzioni diverse, accomunate dalla qualità delle acque, tutte ideali per la ristorazione grazie alla capacità di abbinarsi in modo equilibrato con ogni tipo di piatto.



## NUOVO MIX DI VERDURE FIRMATO **BONDUELLE**

**BONDUELLE, SEMPRE ATTENTA ALLA SODDISFAZIONE DELLE ESIGENZE DELLA RISTORAZIONE, PRESENTA FIORI DI CAVOLO**, la nuova referenza della gamma Minute, composta da romanesco, broccoli e cavolfiore a rosette:

un tris di verdure ideale per il benessere, bello da vedere e buono da mangiare.

Ricordiamo che il cavolo è una verdura ricca di fibre, vitamina C, acido folico e antiossidanti, elementi indispensabili per una corretta alimentazione.

I Fiori di Cavolo Bonduelle, permettono di preservare tutta la ricchezza nutrizionale tipica di questa tipologia di verdura grazie alla tecnologia Minute: l'esclusivo procedimento di Bonduelle che garantisce 'zero acqua, solo verdure'.

**Cotte a vapore in modo naturale, non richiedono quindi alcuna sbollentatura:** le verdure rilasciano tutta l'acqua

superflua già in fase di produzione, riducendo così a zero la perdita di peso durante la lavorazione in cucina, con una resa del 20% in più rispetto al prodotto surgelato tradizionale. I Fiori di Cavolo offrono un notevole risparmio di tempo e rappresentano una soluzione che garantisce il massimo della qualità e della praticità, perché subito pronta da ricettare.

L'equilibrata unione dei sapori di romanesco, broccoli e cavolfiore a rosette garantisce un'ottima combinazione di verdure, armonica e piacevole al palato. Inoltre, l'accostamento cromatico delle tre varietà permette di avere un contorno dal notevole impatto estetico.



## TRIO ESOTICO PER AMITA

**T**re gusti scelti ad hoc per i mesi estivi. Amita allarga il suo portafoglio con nuovi gusti esotici e pensati anche per palati diversi tra loro. I succhi in questione sono al mango & friends (dove per 'amici del mango' s'intendono ananas e frutto della passione), a cui si aggiungono altre due referenze a distribuzione limitata fino a settembre al sapore di pompelmo rosa e al lemon lime (quest'ultimo con una presenza di zenzero che facilita la digestione e la circolazione). **Le nuove proposte sono vendute in bottigliette da 200 ml, ricoperte da uno 'sleeve' cromato** per preservare meglio il contenuto e fornire anche un'accattivante immagine di sé. I succhi sono stati pensati per un target trasversale, non più soltanto infantile ma anche adulto, che pone come priorità l'aspetto qualitativo, così come la ricerca di esclusività e modernità.



## ARRIVA GELO ESPRESSO DI LAVAZZA

**U**n'innovazione rivoluzionaria che conquisterà anche i consumatori più esigenti e attenti alla qualità del prodotto: Gelo Espresso è l'autentico caffè freddo all'italiana reinterpretato da Lavazza.

**Una novità che nasce dalla continua ricerca del Training Center Lavazza, da sempre impegnato nella sperimentazione** e divulgazione di nuovi prodotti a livello internazionale. Gelo Espresso offre sempre la garanzia di estrema freschezza, perché si prepara in pochi secondi e permette così agli amanti del gusto di assaporare un caffè freddo realizzato all'istante che

conserva tutte le caratteristiche dell'espresso firmato Lavazza. La preparazione è innovativa grazie al Coffee Cooler, uno speciale contenitore brevettato in esclusiva da Lavazza, estremamente maneggevole, pratico ed essenziale, ideato dal Training Center dopo un attento studio delle forme e una rigorosa messa a punto delle geometrie. Basta versare l'espresso fumante appena preparato all'interno del Coffee Cooler riempito di ghiaccio tritato e il caffè si raffredda in pochi secondi grazie alla sola filtrazione.



## QUANDO IL MALTO INCONTRA L'ARABICA

**L**incrocio è decisamente curioso. **Da una parte la fragranza del caffè targato Hausbrandt, dall'altra il sapore intenso e morbido della birra Theresianer.** Martino Zanetti, imprenditore trevigiano, ha voluto quindi unire due sue aziende di prestigio per creare Theresianer Coffee Stout, la birra al sapore di caffè e frutto di un intenso e lungo lavoro portato avanti dai mastro birrai che hanno seguito il processo di selezione e produzione della migliore tradizione Theresianer. La birra versata nel boccale si caratterizza subito dal colore

ambrato, ebano scuro, mentre all'olfatto rilascia profumo di chicco di caffè tostato avvolto da un mix di sentori al cioccolato, nocciola, cappuccino e con note piacevolmente speziate. Non mancano poi gli abbinamenti suggeriti per dare valore aggiunto a un ideale consumo. Il menu da sfogliare in questo caso è vasto e offre proposte che spaziano dal dolce al salato: frittate alle crêpe, crostini con formaggio fresco spalmabile, focacce salate e quiche a base di patate, biscotti secchi e dolci a base di cioccolato.

