

Usain Bolt, nueva imagen de Alpro

- Alpro estrena la campaña “¡Bien hecho!”, con Usain Bolt como embajador.
- Con un tono cómico y cercano la marca anima a los consumidores a incorporar pequeños cambios diarios para alcanzar un estilo de vida más saludable y sostenible.
- La marca vegetal es líder en la categoría de alternativas vegetales al yogur y sigue innovando en sus productos apostando por nuevos formatos como Alpro CAFFÈ y Alpro Helado.

Barcelona, a 4 de septiembre de 2019. Alpro, la marca de productos vegetales, estrena su nueva campaña “¡Bien hecho!” y cuenta con el tres veces campeón olímpico, Usain Bolt, como nuevo embajador para su comunicación en TV y en plataformas digitales. Con su “¡Bien hecho!”, Alpro anima al consumidor en las pequeñas conquistas de cada día para conseguir un estilo de vida más saludable y respetuoso con el medio ambiente.



A través de diversas situaciones cotidianas, Alpro adopta el papel de cómplice y pone el foco en el esfuerzo que supone para la sociedad la integración de hábitos enfocados hacia una mayor conciencia sobre la importancia de la salud y la preservación del medioambiente. Desde el humor desenfadado la campaña celebra cada pequeño

gesto en esta dirección, por pequeño que sea. La campaña se distribuirá a nivel global, en este caso Javi Nieves y Jordi Labanda han sido los encargados de ponerle voz al spot en español y en catalán respectivamente.

A la campaña se le suma también un cambio de imagen de la marca a internacional. Esta apuesta, que presentará un nuevo logo y packaging, verá la luz en España a partir de noviembre.

Cambio en las tendencias de consumo

Según el informe The Green Revolution, de Lantern Papers, el 7,8% de la población española mayor de 18 años se considera “veggie” (vegetariana, vegana o flexitariana); y un cuarto de los españoles afirma haber probado alternativas vegetales a la carne. Estas alternativas son una elección cada vez más popular en el mercado, por sus aportes a nivel de nutrición, naturalidad y sabor, factor en el que Alpro pone especial atención como parte fundamental de su estrategia.

Esta comunicación se le ha enviado a partir de los datos de contacto que Usted ha tenido la amabilidad de facilitarnos. Si desea cambiar su dirección de correo electrónico o no desea recibir nuestros mensajes informativos y puede indicarlo enviando un e-mail a “datos@tinkle.es” poniendo en el asunto “DAR DE BAJA”. Más información en <https://www.tinkle.es/legal-y-datos/>. * Su petición será efectiva en un período máximo de un mes.

*Danone recomienda un precio de venta, aunque el precio final lo marca siempre el distribuidor.

Lejos queda ya la comunicación enfocada sólo a una audiencia vegetariana. Es por ello que Alpro amplía su discurso a un *target* cada vez más amplio, desde amantes del deporte o “foodies” a la totalidad de la familia, todos ellos protagonistas de su nueva campaña.

Líder en productos vegetales

En este contexto, Alpro desempeña un papel activo y de referencia ante un escenario protagonizado por un sector en auge. En el último año se ha incrementado en un 18% el número de compradores de opciones vegetales, alcanzando los 2 millones de consumidores a día de hoy.

Tras el éxito de sus alternativas vegetales al yogur, con las que Alpro entró en 1.100.000 hogares¹ en su primer año de lanzamiento, la marca sigue innovando en sus productos. Bajo esta filosofía, ha lanzado recientemente Alpro CAFFÈ y Alpro Helado, con un 30% menos de azúcares que la media en ambas categorías. Ambos lanzamientos han



permitido a Alpro convertirse en líder de dichas categorías dentro del segmento vegetal. En el caso de Alpro CAFFÈ con un 82%² de la cuota y, en el de Alpro Helado, con un 15%³.

Salud y conciencia medioambiental

Alpro promueve una mayor presencia de alimentos vegetales en nuestra dieta consumiendo menos recursos naturales en su producción. En este sentido, y como parte del compromiso medioambiental, la marca apuesta por ingredientes de cercanía y fuentes sostenibles para la producción de sus productos. En los últimos años ha reducido la cantidad de CO2 y agua usados un 26% y, además, el nuevo packaging responde a la demanda de la economía circular y es 100% reciclable.

Sobre Alpro

Alpro es una empresa europea nacida en Bélgica en 1980 con el objetivo de promover una alimentación más vegetal como opción sostenible para el planeta y beneficiosa para la salud. Alpro es el líder europeo en productos frescos de origen vegetal y ha creado una amplia gama de bebidas vegetales, alternativas vegetales al yogur y a la crema, postres, margarinas y helados, todo a base de ingredientes naturales como soja no OGM, almendras, avellanas, anacardos, arroz, avena o coco. Alpro, que desde 2016 es parte de la compañía Danone, tiene su sede en Gante (Bélgica) y cuenta con más de 1.300 empleados y tres fábricas, en Kettering (Reino Unido), Issenheim (Francia) y Wevelgem (Bélgica). Presente en 54 países y con la mayor parte del negocio en Europa, Alpro continúa su expansión y cerró el 2018 con una cifra de negocios de 611 millones.

¹ Fuente: Kantar.

² Fuente: Nielsen.

³ Ibid.



NOTA DE PRENSA

Para más información:

Equipo de Comunicación Alpro

Carolina López – clopez@tinkle.es - 697 53 08 32

Lorena Corfas – lorcfas@tinkle.es - 630 043 239

Esta comunicación se le ha enviado a partir de los datos de contacto que Usted ha tenido la amabilidad de facilitarnos. Si desea cambiar su dirección de correo electrónico o no desea recibir nuestros mensajes informativos y puede indicarlo enviando un e-mail a "datos@tinkle.es" poniendo en el asunto "DAR DE BAJA". Más información en <https://www.tinkle.es/legal-y-datos/>. 2 Su petición será efectiva en un período máximo de un mes.

*Danone recomienda un precio de venta, aunque el precio final lo marca siempre el distribuidor.