

1



2



3



4



1

NOBERASCO
Noberasco
Plus innovativo
 Una proposta di qualità, attenta al benessere
Referenze (N° e specifiche)
 5: Student mix con noci del Brasile, Fruit&Nuts mix con banane morbide, Berry mix con goji berry, Choco mix con uva verde del Tibet, Trial mix con mandorle e miele
Formati/Pack
 Busta fondo quadro, con grande finestra trasparente/espositore da 8 pezzi
Shelf Life
 12 mesi
Lancio Maggio 2011
Target
 Trasversale, fascia core tra i 25 e i 44 anni
Prezzo suggerito
 € 2.99
Canali di vendita
 Gdo

2

CAMEO
Snack Friends
Plus innovativo
 Qualità/confezioni salvafreschezza
Referenze (N° e specifiche)
 15
Formati/Pack
 40 g, 100 g, 150 g, 250g, 300 g, 500 g, 1 kg /lattine, astucci, buste sottovuoto
Target
 R.A. 25-44 anni
Canali di vendita
 Gdo, normal trade, Autogrill
Comunicazione/promozione
 Sito web, volantini, eventi sul punto di vendita, tagli prezzo

3

PARAMOUNT FARMS
Wonderful Pistachios
Plus innovativo
 Pistacchi di prima qualità, dalla California. Tostati a secco senza oli aggiunti
Referenze (N° e specifiche)
 12: pistacchi tostati e salati, pistacchi senza sale, pistacchi sale e pepe e il nuovo gusto, pistacchi al peperoncino dolce
Formati/Pack
 Packaging 150g, 250g, 500g, 750g, 1 kg/sacchetto
Lancio
 Pistacchi al Peperoncino Dolce: settembre 2011
Target
 Persone che cercano uno spuntino sano
Canali di vendita
 Gdo, normal trade
Comunicazione/promozione
 Adv, in-store promotion, sito web

4

NEW FACTOR
Mister Nut Flavour
Plus innovativo
 Frutta secca aromatizzata con miscele naturali prive di coloranti e conservanti, formati da 100-125 g
Referenze (N° e specifiche)
 Wellness: frutta secca tostata a secco e poco salata non frita, mix di berry altamente salutistici, noci al naturale, omega mix: semi di zucca e semi di girasole ricchi di omega3 e omega6, formati da 125 g. Noci di Romagna: noci Chandler 100% italiane. Snack Time: show box da banco con monodose da 35 g di arachidi, semi di zucca, pistacchio e mandorle
Formati/Pack
 Film a barriera confezionati in formato stabile
Lancio Settembre 2011
Canali di vendita
 Gdo e horeca