Arriva MelaMadre, l'aceto del benessere

melamadre-laceto-del-benessere-e36acc32

In un settore in cui lo spazio per vera innovazione sembrava praticamente inesistente, quello dell’aceto, arriva sul mercato italiano un prodotto dalle caratteristiche davvero sorprendenti: si chiama MelaMadre e, come recita il nome, unisce le virtù dell’aceto-madre con quelle del puro succo di mele da coltivazione biologica, non filtrato, non pastorizzato, senza glutine, caratteristiche che ne fanno un vero e proprio alleato del nostro benessere quotidiano. Molto più che un condimento, al pari degli altri aceti di mele, ma particolarmente delicato su cibi leggeri e verdure: di fatto un “aceto da bere” che rappresenta un vero e proprio sorso di salute.

201605181302110-de_nigrisLo si deve al leader mondiale nella produzione di Aceto Balsamico di Modena I.G.P., il Gruppo De Nigris che, sulla scorta del successo delle referenze bio e della glassa 100% naturale, ha portato al massimo grado di sviluppo l’ampia letteratura scientifica e di sapienza popolare sui benefici effetti dell’aceto di mele, arrivando a definirne una formulazione che nella sua semplicità rasenta la perfezione. Due cucchiai di MelaMadre e uno di miele, mescolati insieme in un bicchiere d’acqua tiepida, assunti giornalmente attenuano il senso di fame durante una dieta ipocalorica e riducono l’affaticamento muscolare nelle attività sportive.

MelaMadre è destinato a innestarsi in due segmenti di mercato entrambi in forte espansione in Italia: quello dell’aceto di mele, che cresce ormai da tre anni di 1,5 milioni all’anno, passando dai 9 milioni del 2010 ai 17 del 2016 (dati Nielsen categoria Aceto di Mele), e quello dei cosiddetti alimenti funzionali, espressione di un bisogno crescente nella popolazione di “salute nel piatto” oltre che in tutto lo stile di vita. Settore finora presidiato da categorie di prodotto completamente diverse e in cui MelaMadre promette di inserirsi con forza deflagrante.

MelaMadre è attualmente in fase di lancio presso tutte le principali catene della GDO e i primi riscontri sono già molto positivi, tanto che l’Azienda prevede di completare la distribuzione nel primo trimestre 2017 e di sostenerla con un piano di comunicazione che coinvolgerà stampa consumer e web sui target di riferimento.

www.acetobalsamico.it