New Factor presenta la nuova linea Mister Nut Wellness

goji-wellness-stabilo-h18-se01-evid-d34017c3

Expo grande Wellness_001New Factor, azienda riminese leader nella lavorazione e nella commercializzazione di snack naturali a base di frutta secca e disidratata, presenta Mister Nut Wellness, la linea dedicata alla promozione del valore del benessere. Una serie di referenze perfette sia per chi svolge regolarmente attività fisica sia per chi segue una nutrizione sana. Una ricca gamma che spazia dai Mirtilli rossi alle Mandorle al naturale e Noci al naturale, dalle Bacche di Goji al Berries Mix, fino al Student Mix e al Mix per Insalate. Snack pensati per essere consumati in diverse occasioni, dalla colazione allo spuntino, dalla casa alla palestra, dalla pausa lavoro allo pausa studio, indicati per tutti, adulti e bambini.

La linea si propone quindi come un alimento sano grazie al suo contenuto di frutta secca che, come sostengono gli stessi nutrizionisti, assicura un beneficio concreto alla prevenzione delle patologie più comuni dell'uomo contemporaneo. E' preziosa per una dieta bilanciata, in particolare per l'apporto di elementi preziosi come i sali minerali e per il contenuto di grassi "buoni". Senza dimenticare che il contenuto in grassi monoinsaturi e polinsaturi contribuisce ad abbassare i livelli di colesterolo ematico e a ridurre, così, il rischio di arteriosclerosi e cardiopatie. Una convinzione che finalmente sta acquistando sempre più credito anche fra i consumatori, oggi sempre più attenti a uno stile di vita sano. Basti pensare, per esempio, che il 41% degli italiani si dichiara interessato alla salute, il 20% alla bellezza e alla cura della persona, l'11% alla forma fisica e fitness e il 53% considera con interesse l'acquisto di prodotti che fanno bene al benessere e alla salute (fonte Nielsen Consumer Panel Survey 2013 e Nielsen Shopper Trends 2013).

Expo ferro monodose wellness«Promuovere la cultura del benessere - spiega Alessandro Annibali, presidente di New Factor - fa parte della nostra mission. In questo senso garantiamo una produzione basata sul monitoraggio diretto e costante dell'intera filiera, per assicurare sempre i prodotti migliori. Specializzandoci nella lavorazione di frutta secca e disidratata e garantendo la massima varietà di

gamma per soddisfare un ampio ventaglio di esigenze nutrizionali e occasioni di consumo, possiamo orgogliosamente dire di contribuire direttamente alla promozione di un'alimentazione basata su prodotti sani e salutistici. Il nostro brand, infatti, è fortemente orientato alle tendenze di consumo e al contenuto salutistico dei prodotti. Utilizziamo tecniche di tostatura e confezionamento all'avanguardia, funzionali a preservare la bontà e naturalità dei prodotti. Nel nostro Laboratorio Controllo Qualità vengono eseguiti 40 mila controlli merceologici e analitici all'anno. La nostra varietà di gamma è quindi in grado di soddisfare un ampio ventaglio di esigenze nutrizionali ed occasioni di consumo».

Per il canale Horeca/vending Mister Nut Wellness è presente con il formato monodose 20/25/30 gr per cui si prevede nel 2015 una distribuzione pari a 5 milioni di confezioni. Il monodose attualmente è stato inserito in 60 punti di vendita su Stazioni dei Treni e Aeroporti e in 10 mila tabaccherie.

Per il canale Gdo è invece arricchito da un packaging di impatto sullo scaffale e funzionale per il consumatore, per l'insegna e per il repartista: le confezioni sono trasparenti per evidenziare la qualità delle materie prime e veicolare concetti di igiene e salubrità; la grammatura adottata (80-125 gr.) rende i prodotti della linea adatti sia alle grandi che alle medio-piccole superfici di vendita; il sovraimballo tray box semplifica le operazioni di caricamento e tenuta scaffale e può essere inserito nell' apposito espositore da terra. La linea Mister Nut Wellness al momento è stata introdotta presso Coop, Conad, Pam, Chef Express, Il Gigante e gruppo C3, e sul canale Vending nel Gruppo Argenta e IVS, per la ristorazione presso Camst.

Inoltre New Factor ha avviato una collaborazione per la realizzazione di una linea a marchio con un'azienda leader nel canale specializzato che produce snack per gli sportivi e che si sta muovendo verso i mix di prodotti a base di frutta secca e disidratata, come valida alternativa alla barretta.