Heinz, tre novità all'orizzonte: Ketchup Pickle, Mayo Spicy e il mini formato del Ketchup Zero

20240515164453heinz-nuove-salse-1-17026be0

Sono **tre le novità** della gamma di salse **Heinz**: due new entry di prodotto, il Ketchup Pickle e la Mayo Spicy, e una di formato, il Ketchup Zero da 220 ml.

Il **Ketchup Pickle** aggiunge al sapore del classico Ketchup Heinz un **tocco rinfrescante e piacevolmente acido**, tipico dei cetriolini che solitamente vengono aggiunti nella ricetta classica dell'hamburger. Una novità per gli amanti dei sottaceti e non solo, che sembra **trasformare ogni piatto e pietanza in un hamburger**.
Privo di coloranti e aromi artificiali, il nuovo Ketchup Pickle non contiene conservanti o addensanti. Già disponibile nel Regno Unito, il prodotto sta performando positivamente avendo portato il 52% di shopper incrementali alla categoria, soprattutto sul target audience dei **consumatori più giovani.**

La **Mayo Spicy** invece è una maionese vegana che offre agli amanti di questa salsa un **sapore più deciso e speziato** ma con la stessa cremosità della versione classica. Una ricetta che arricchisce il gusto tradizionale con le **note orientaleggianti della Sriracha**, condimento tipico della Thailandia a base di peperoncino.
Un'esplosione di sapore che completa i piatti più diversi, dal riso al pollo al salmone, fino ai sandwich e alle pietanze a base di pesce. Questo lancio risponde alla **ricerca di nuovi sapori** da parte degli utenti: il 55% dei consumatori globali, infatti, considera estremamente importante la voglia di **sperimentare e provare cose nuove**. Da qui la cosiddetta **"culinary fusion"**, che non è solo una fusione di ingredienti ma la celebrazione della **diversità di aromi e sapori provenienti da culture differenti**. Ai piaceri della tradizione alimentare mediterranea si affianca quindi la curiosità di approfondire nuove esperienze sensoriali legate a sapori più esotici.

Infine, visto il successo del Ketchup Zero da 400 ml che ha conquistato oltre 300mila famiglie in un anno (fonte: Nielsen) diventando una **referenza chiave del portfolio Heinz** (l'8% dell'offerta ketchup), l'azienda ha deciso di renderla **disponibile anche in un formato più piccolo** da 220 ml per favorire il trial di prodotto e **raggiungere un bacino di utenza maggiore.**
Il gradimento nei confronti di questa proposta è dato dal fatto che **non contiene zuccheri e sale aggiunti**, pur mantenendo tutto il gusto del ketchup classico. Eletto Prodotto dell'anno 2024 come l'innovazione più interessante nel mondo salse per i consumatori, si inserisce **nei food trend più contemporanei**, che vedono in grande crescita gli alimenti zero, free from e healthy.