



NOTA DE PRENSA

La Pop Up Store de Alpro en Madrid consigue ahorrar el equivalente a 12.000 litros de agua en 2 semanas

- La marca ha instalado una Pop en Madrid en la que se han servido más de 1.100 cafés, lo que representa una reducción superior a 12.000 litros de agua, que equivalen a 60 duchas de 10 minutos
- Alpro presenta 'Cuidar del planeta es delicioso', una nueva campaña para sensibilizar a la población sobre la importancia de ser respetuosos con el medio ambiente y explica los beneficios de una dieta flexitariana
- Al consumir menos recursos, la producción de Alpro es altamente eficiente, lo que reduce también sus emisiones de carbono y permite minimizar el impacto de las personas en el planeta

Barcelona, 1 de julio de 2021.- Alpro, la marca de bebidas y alternativas vegetales al yogur de Danone, ha instalado una Pop Up Store en la Gran Vía de Madrid. Un formato revolucionario que pretende conquistar nuevos consumidores con la prueba de producto y demostrar que el vegetal es una tendencia masiva, consiguiendo a su vez visibilidad y notoriedad de marca.

“Queremos ofrecer la oportunidad a nuestros consumidores de conocernos de una forma más cualitativa. Con Alpro realizamos mucha pedagogía para romper la barrera del sabor que tienen las alternativas vegetales y esta Pop Up Store nos ha permitido acercarnos al público general para explicar en primera persona nuestra visión del mundo y presentar nuestros productos”, explica Roberto del Barrio Riopedre, director de la división de productos de origen vegetal de Danone España.

En la Pop up Store, los visitantes han podido degustar cafés combinados con la gama de bebidas vegetales especial para café, un complemento ideal que además de aportar sabor, cuida del planeta. “En un país líder en consumo de café por cápita, el 58% de los consumidores de productos *plant-based* toma bebidas vegetales con el café y la gama especial para café de Alpro eleva al máximo esta experiencia”, añade del Barrio. En total, se han servido más de 1.100 cafés, lo que representa un ahorro de más de 12.000 litros de agua, el equivalente a 60 duchas de 10 minutos. Alpro apuesta por la máxima eficiencia en sus operaciones con el objetivo de consumir menos recursos, lo que reduce también sus emisiones de carbono y permite minimizar el impacto de las personas en el planeta. En este sentido, Alpro se compromete a ser un catalizador para conseguir unas operaciones con cero emisiones netas y asume ambiciones climáticas concretas en cuanto a carbono, agua y residuos.

Además, la Alpro Store ha permitido a los consumidores probar algunos de los productos estrella de la marca en formato para llevar, como Alpro Caffè, un bebible para consumir en frío fuera de casa, o la nueva gama de la marca Alpro Absolutely Coco, de base coco y textura cremosa, 100% vegetal, con fermentos naturales y sin azúcares añadidos. Esta gama, lanzada en enero y que se fabrica en la planta de la compañía en Parets del Vallès (Barcelona), la primera y única planta híbrida de Danone, ha tenido una gran aceptación por parte de los consumidores y en apenas cinco meses ya se ha posicionado entre las 3 mejores referencias de Alpro en el mercado en términos de rotación y la segunda de entre las novedades presentadas por Danone este año.



NOTA DE PRENSA

‘Cuidar del planeta es delicioso’

Alpro enmarca esta activación dentro de su nueva campaña ‘Cuidar del planeta es delicioso’, que visualiza el propósito de la marca por apostar en el poder de la alimentación para transformar el futuro.

“El flexitarianismo es una tendencia al alza y cada vez más personas son conscientes de sus beneficios, tanto para su salud como para la del planeta. Desde Alpro buscamos fomentar la adopción de hábitos de alimentación e hidratación más saludables, sostenibles e inclusivos y creemos que incluir más vegetales en nuestra dieta es el gesto más sencillo y poderoso que podemos hacer por el planeta. Y esto pasa necesariamente por educar al consumidor y seguir generando conocimiento de cómo nuestras decisiones impactan en el planeta”, afirma Roberto del Barrio.

Esta nueva campaña tiene presencia tanto en radio y televisión con patrocinios a nivel nacional, como en el entorno digital, apoyándose en los influencers embajadores de la marca entre los que destacan nutricionistas como Aitor Sánchez o Stefy Fernández y perfiles foodie y lifestyle como Gloria Carrión y Celia García.

Impulsor de la revolución alimentaria

Lo sostenible está en la esencia de Alpro, que nació hace más de 40 años con la misión de cambiar la forma en que el mundo se alimenta, contribuyendo a la "revolución alimentaria" global: un movimiento que pretende fomentar la adopción de hábitos de alimentación e hidratación más saludables, sostenibles e inclusivos.

En 2020, coincidiendo con su 40 aniversario, Alpro presentó “Feeding our Future with Plants”, el compromiso de la marca para los próximos cinco años. Centrado en dos grandes áreas, salud y planeta, la ambición de Alpro es promover para 2025 un cambio hacia dietas más saludables y sostenibles, con una mayor presencia de alimentos de origen vegetal. Para ello, Alpro se esfuerza por ofrecer a los consumidores una amplia gama de productos *plant-based* que se ajusten a una dieta flexitariana y por proporcionarles los conocimientos que les permitan tomar decisiones de forma consciente.

Acerca de ALPRO (<http://www.alpro.es>)

Orgullosa de ser el pionero en alimentación y bebidas de origen vegetal durante más de 40 años, 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, margarina y helados, todo a base de ingredientes naturales como soja no OMG, 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 cuatro fábricas, en Kettering (Reino Unido), Issenheim (Francia), Wevelgem (Bélgica) y Parets del Vallès (España). 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. Desde 2018, ALPRO tiene la certificación B Corp por sus esfuerzos al combinar los objetivos sociales y ambientales con el éxito financiero.

Para más información

Carla Granell
Equipo de comunicación Danone

Para más información (Tinkle)

Nina López / Carla González
+34 697 530 832 / +34 661 720 385
clopez@tinkle.es / cgoliver@tinkle.es