



GoodNews y Alpro se unen para promover un consumo de café con leche más respetuoso con el planeta

- Con la acción 'Good Coffee for the Planet', la start up de café GoodNews, en colaboración con la marca Alpro, se convierte en la primera red de cafeterías *Grab&Go* en ofrecer cafés con bebida vegetal a un precio menor que los cafés con leche
- Esta colaboración busca promover el consumo de café con bebidas vegetales como alternativa más saludable y sostenible
- Para reivindicar una alimentación más sostenible los Street artists, Mondevane, Alex de Marcos, Btoy y Zosen Bandido han reinterpretado con su arte el concepto 'Good Coffee for the Planet' sobre las icónicas persianas de los quioscos GoodNews

GoodNews, la start up que nació para revolucionar los quioscos de prensa tradicionales, tras la misión de liderar el mercado europeo de café *Grab&Go*, y **Alpro**, marca líder en bebidas vegetales y alternativas al yogur, **se unen para bajar, por primera vez, el precio del café con bebida vegetal**. Con 'Good Coffee for the Planet', GoodNews y Alpro reducen el coste de un café con leche Alpro en todos los espacios GoodNews **para promover un consumo más responsable y respetuoso con el medio ambiente**, empezando por el gesto más simple y cotidiano que repetimos diariamente: una café con leche. Porque con un gesto tan sencillo como cambiar tu café habitual por un café vegetal ahorras 250 litros de agua y el equivalente a las emisiones que emitiría un coche en un recorrido de 50 kilómetros.

"Estamos convencidos de que comer más vegetal es el gesto individual más poderoso que podemos hacer por el planeta. Y, ¿por qué no empezar por nuestro café con leche diario?", afirma Maria Rodeja, Senior Brand Manager de Alpro. "No podemos aceptar que todavía hoy el consumidor no encuentre una alternativa vegetal disponible o deba pagar más por ella. Por eso, nos unimos con GoodNews para impulsar la accesibilidad de los productos vegetales y fomentar juntos un consumo más sostenible para que, por fin, cuidar del planeta no sea más caro".

Por su parte, GoodNews, desde su lanzamiento en 2020, ha ido posicionándose terreno entre la población millennial y la GenZ por su oferta de **productos de calidad a precios competitivos y, sobre todo, respetuosos con el medio ambiente y la sociedad**. *"GoodNews va mucho más allá que un buen café y eso implica ofrecer las opciones más sostenibles. Por eso, desde el inicio tuvimos claro que teníamos que eliminar cualquier suplemento en los cafés con leche vegetal", explica Jan Barthe, CEO de GoodNews. "Aliarnos con Alpro con 'Good Coffee for the Planet' es una declaración de intenciones, alejándonos de la práctica habitual de muchos locales de aplicar suplementos a productos vegetales para reivindicar una alimentación más sostenible, empezando desde el café".*

Café y bebida vegetal: una combinación ganadora

La categoría vegetal es la de mayor crecimiento a nivel mundial. En España, los alimentos plant based ya están en un 45% de los hogares y es que, en los últimos años, la categoría de origen vegetal ha crecido entre el 5% y el 15% en nuestro país, liderada por las bebidas vegetales. Además, España es el país líder de consumo de café por cápita y con un volumen total de 246 millones de litros, unos 5,2 por cabeza, somos también los europeos que más litros de bebidas vegetales consumimos por persona. En este contexto, más de la mitad de los españoles ya combinan su café con bebida vegetal.



Si sumamos café más vegetal, las oportunidades se multiplican. Por eso, GoodNews y Alpro forman el tándem perfecto. GoodNews, por su parte, cuenta con nueve variedades distintas de su **propio sello de café Grab&Go**. Todo el café GoodCoffee es **100% arábica** y procede de plantaciones ubicadas en distintas regiones del mundo, donde **se cultiva de una forma sostenible**, entre ellas Colombia, Costa Rica, Guatemala, México e India. Se trata de una **oferta muy variada y con amplitud de notas**, como chocolate, caramelo y vainilla, almendra y nueces tostadas, hierbas, nueces, chocolate y especias orientales, entre otras. Todo ello ha propiciado que el café con sello GoodNews sea, cada día más, **un imprescindible para los amantes de esta bebida**.

Alpro refleja la apuesta de Danone por las alternativas vegetales, que, desde su llegada a nuestro país en 2018, se ha convertido en líder de la categoría en España. Para combinar con café, Alpro se convierte en el mejor aliado con su gama Alpro Barista. **Creada por y para baristas, esta gama especial ofrece una experiencia de sabor que no enmascara el auténtico sabor del café, con espuma y cremosidad**. Alpro Barista ofrece una gama completa con variedad de sabores - almendra, avena sin gluten y soja-, de productos enriquecidos nutricionalmente con calcio y vitaminas sin azúcares añadidos.

Street Art for the Planet

Históricamente, el arte ha sido una forma de reivindicación y catalizador del cambio. Por eso, para apoyar esta acción pionera, los artistas **Mondevane, Zosen, Btoy y Alex de Marcos** han reinterpretado lo que significa para ellos 'Good Coffee for the Planet' y lo han plasmado en las icónicas persianas de los quioscos GoodNews, un símbolo de nuestras ciudades.

Así, los cuatro artistas han reconvertido estas persianas de los puntos GoodNews de Barcelona y el local de la calle Sevilla de Madrid, en una expresión única de lo que supone este pequeño gran gesto.

Así, bajo el lema 'Good Coffee for the Planet' y junto a estos artistas, GoodNews y Alpro quieren **acercar su misión a pie de calle, conectando con las nuevas generaciones e impactar y concienciar a los consumidores de la necesidad de priorizar las opciones plant-based**.

Sobre GoodNews

GoodNews, la iniciativa que nació para revolucionar los quioscos de prensa tradicionales, con, vertida hoy en una start up de café que tiene la misión de liderar el mercado europeo del café Grab&Go. Creada en Barcelona en 2020, en mitad de la pandemia, cinco amigos decidieron dar un giro a los quioscos tradicionales para potenciar las buenas noticias en un momento socio cultural delicado. A partir de entonces, y en menos de dos años, GoodNews ya cuenta con 17 espacios en Madrid y Barcelona y prevé cerrar el 2022 con más de 50 espacios a nivel nacional e internacional. Su sede, ubicada en Barcelona, emplea actualmente a 60 personas. Sin embargo, la compañía espera aumentar hasta 150 las contrataciones durante 2022. A día de hoy, GoodNews cuenta con **tres verticales de negocio**; la primera, centrada en el **retail**, que consiste en abrir quioscos y locales en las principales ciudades de Europa. Una segunda vertical se centra en su **canal de e-commerce**, desde donde se puede adquirir el café de GoodNews, GoodCoffee, y suscribirse a su servicio de cafés y máquinas de café. La tercera vertical, también basada en su oferta y suscripción de café y máquinas de café, es el servicio B2B para pymes y empresas.

Acerca de ALPRO

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, margarinas 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: <http://www.alpro.es>

Para más información

Para más información (Tinkle)



Equipo Comunicación Danone
Communications.spain@danone.com



Elisabet Rey / erey@tinkle.es +34 662 213 536

Carla González / cgonzalez@tinkle.es

Anna Cristeto / acristeto@tinkle.es