

Els iogurts de La Fageda arriben al cor de París de la mà de Nostrum

El pla d'expansió de la cadena de menjar ràpid duu els làctics garrotxins a tocar del Pont Neuf



Els iogurts de La Fageda arriben al cor de París de la mà de Nostrum

Ho anunciava, dimarts, el perfil corporatiu de Twitter: «Els iogurts de La Fageda arriben al Pont Neuf de París de la mà de @Nostrum_123 (el nom d'usuari que la cadena de restaurants de menjar ràpid, amb seu a Sant Vicenç de Castellet, al Bages, fa servir a la xarxa social)». Resulta que Nostrum, segons informava el diari econòmic Expansión, vol convertir-se l'any 2020 en la principal cadena de capital europeu de menjar ràpid i competir amb gegants nord-americans com Burger King, McDondald's i Kentucky Fried Chicken (KFC). Per això, la marca -propietat de Home Meal Replacement, que cotitza al MAB- preveu triplicar els punts de venda i passar dels seus 140 actuals als 400 a finals d'aquesta dècada.

Aquesta setmana el president i fundador de Home Meal, Quirze Salomó, ha inaugurat la botiga ubicada a prop del Pont Neuf de París, on es poden trobar els iogurts que fabrica La Fageda, amb seu a Santa Pau i que el mes de setembre passat va estrenar una nova imatge de marca. La Fageda produeix 60 milions d'unitats ?l'any de l'àmplia gamma de productes de què disposa -això li reporta unes vendes que ronden als 16 milions d'euros anuals- i que competeix en un mercat marcat per la batalla sense quarter que lliuren el dos gegants de l'alimentació planetaris, Nestlé i Danone, i en el qual també hi malden marques de la mida gens despreciable de Pasqual o Puleva, entre d'altres.

Els packs de iogurts i d'altres productes de La Fageda conserven les característiques «estovalles» quadriculades blanques i blaves, però substitueixen les tradicionals il·lustracions per imatges que diferencien millor cada article, cada sabor: «Érem conscients que alguns productes es confonien en tenir un disseny molt semblant; amb la nova imatge això no passa», apuntava Esther Carreras, del departament de Comunicació, a Diari de Girona.

La Fageda aposta pel nou disseny amb la intenció de millorar les vendes, si bé l'empresa no quantifica quin pot ser l'increment potencial. «Ens renovem i ens actualitzem perquè tocava fer-ho», precisa Cristóbal Colón, fundador i president de La Fageda.

Font del document:

http://www.diaridegirona.cat/economia/2016/10/20/iogurts-fageda-arriben-al-cor/810191.html?utm_source=rss