

Freshkia revoluciona el *snacking* con su surtido saludable

España es ya el tercer consumidor de snacks de Europa, con una media de consumo de 3 snacks al día. Sin embargo, el consumidor no siempre tiene en mente para estos momentos opciones sanas y nutritivas. Por ello Freshkia, la innovadora marca del grupo Foodiverse, busca liderar esta tendencia de alimentación, orientándola hacia la salud y el bienestar.

Con la llegada del buen tiempo y el calor, Freshkia presenta una completa gama de snacks saludables e innovadores para revolucionar esta nueva forma de consumo y, sobre todo, abrir un mundo nuevo de posibilidades.

La propuesta de la marca para ese 80 % de los españoles que consume snacks de forma habitual pasa por los *bites* vegetales: rabanitos, zanahorias y pepinos *baby*, vegetales frescos y crujientes, en formato individual. Además, Freshkia oferta para los entusiastas del *dípeo* sus salsas con un alto contenido vegetal, como guacamole en versión normal y picante, brocomole y hummus.

SNACKS DE FRESHKIA: MÁS QUE UN SNACK, SMEALS SALUDABLES

El surtido de Freshkia da respuesta además al cambio de paradigma tradicional de tres comidas al día hacia los *smeals*, es decir, la inclusión en nuestra dieta de alimentos a mitad camino entre el snack y una comida (*meal*), que tanto se da durante la jornada laboral. Y lo hace ofreciendo la posibilidad de seguir manteniendo una alimentación equilibrada cuando apenas disponemos de tiempo.

La combinación de unas zanahorias *baby* con brocomole Freshkia -exquisita mezcla de aguacate y brócoli-, por ejemplo, **sacia más que un tentempié**, pero menos que una comida completa, y es además una **opción saludable y nutritiva**



que puede consumirse en cualquier momento y lugar.

“Nuestro surtido aún **placer y salud**, y además regala tiempo a los consumidores, pues es perfecto para consumir cuando y donde quieran, especialmente ahora que el tiempo acompaña y pasamos mucho más tiempo fuera de casa”, añade Mariola Filgueira, responsable de Marketing de Freshkia, quien des-

En solo 3 años, Freshkia ha lanzado al mercado más de 60 referencias para consumir en cualquier momento y cualquier lugar

taca que esas son precisamente las principales motivaciones del consumo de snacks hoy en día.

TU SNACKING, TU MOMENTO

La marca, que quiere **democratizar la alimentación saludable**, acaba de lanzar una campaña digital, “*Snacking* de Freshkia”. “Con esta acción, queremos descubrir nuevas alternativas saludables a aquellos consumidores que quieren **comer bien para sentirse bien y vivir mejor**”, añade la responsable de Marketing de Freshkia. “Nunca antes hemos tenido un surtido tan completo de alimentos saludables, listos para consumir en cualquier momento y lugar, a nuestro alcance”, asegura.

La campaña, bajo el *claim* “**Tu**

Freshkia propone opciones saludables al 80 % de los españoles que consume snacks de forma habitual

snacking, tu momento”, consta de un spot animado y creativities con **#SnackingTips** que dan un nuevo aire a frases hechas tradicionales y las adaptan a la nueva tendencia de la *snackificación*. Además, esta acción digital destaca la versatilidad de estos productos, pues son ideales para consumir en la playa, llevar en el bolso a modo de “por si acaso”, comer entre reuniones, etc.

El surtido de *snacking* Freshkia aún **placer, salud y tiempo**

Y todo ello con un código muy moderno, en el tono desenfadado de la marca, y apelando a una audiencia que practica un **consumo consciente, solidario y sostenible**, preocupada por el medioambiente y el propósito de las marcas que compra, y que busca alternativas para llevar una alimentación equilibrada, cuando el hambre aprieta y no disponemos de mucho tiempo.

FRESHKIA, INNOVACIÓN Y MÁXIMA FRESCURA

En sus casi tres años de historia, Freshkia ha lanzado ya al mercado **más de 60 productos frescos multicategoría**, muestra de su espíritu innovador y su apuesta por ampliar las posibilidades de quienes quieren cuidar su alimentación.

La marca presentó recientemente su gama de **zumos cold-pressed**, el primer producto del mercado con un diseño co-creado con inteligencia artificial. Gracias a la tecnología empleada en su elaboración (HPP), son 100 % naturales, sin azúcares ni agua añadidos, y conservan todas las cualidades nutritivas y organolépticas de las combinaciones de frutas, verduras y especias con las que están elaborados.

El amplio surtido de Freshkia incluye además **ensaladas listas para consumir**, tanto en bolsa como en barqueta, con recetas clásicas como la **César** -la ensalada favorita en nuestro país-, y también otras como la recién lanzada al mercado ensalada Italiana, con espirales de pasta y *toppings* como mozzarella, tomates Cherry y maíz, o alternativas más juveniles y divertidas como la **Tex-Mex**, que incluye crujientes triángulos de maíz fritos, pollo sazonado y una sabrosa salsa *ranch*.

La gama de Freshkia la completan los **platos Microfreshk**, con recetas como Pesto rosso, Carbonara y Wok asiático y con un alto contenido en vegetales. Se cocinan al vapor en el microondas en solo 4 minutos, en su propio envase. Y, de postre, como tentempié saludable o merienda, la marca dispone también de **fruta pelada y cortada** lista para disfrutar.