

LE REFERENZE TOP



- SUPERETTE
- SUPER
- SUPERSTORE
- IPER

LINEE GUIDA SCAFFALE



LE REGOLE D'ORO

- BRAND BLOCK
- SEGMENTO (es. Liquirizia)
- FACING PER ROTAZIONE

✓ Creare macchia range «gusto intenso»

Posizionare i nuovi prodotti Liquirizia ed Eucalipto vicino a Mango e Zenzero, ad altezza occhi, per incrementare la visibilità.

✓ Posizionare Tropifrutti ad altezza mani/occhi



HARIBO

CANALE MODERNO



Novità 2021



Haribo è la bontà... che si gusta ad ogni età!

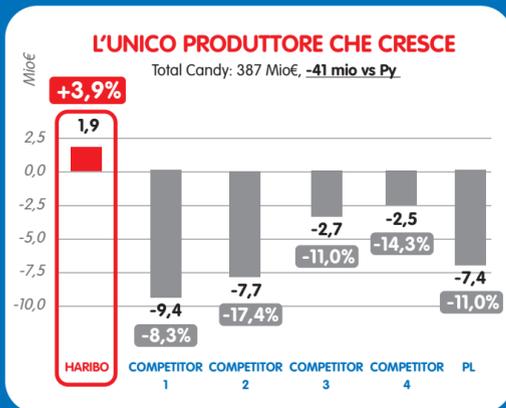
Haribo è la bontà... che si gusta ad ogni età!

HARIBO TRAINA LA CRESCITA!

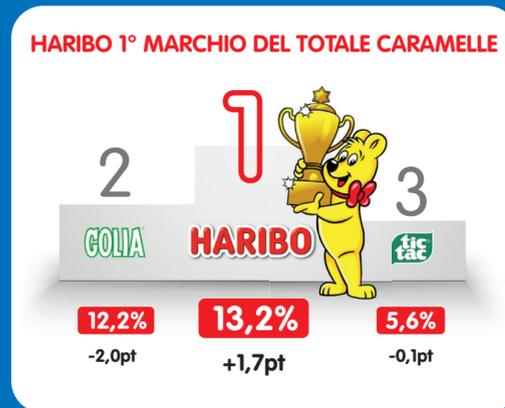
L'andamento di lungo periodo del mercato caramelle mostra un trend negativo legato al segmento Hard, Haribo è il player che guida la crescita.

I DESIDERI DEL CONSUMATORE E LE NOVITÀ HARIBO 2021

A OGNUNO LA SUA CAMELLA



Fonte: Nielsen Database, Tot Food, 2020 FY



Fonte: Nielsen Database, Tot Food, 2020 FY

LA RICERCA DEL GUSTO INTENSO

HARIBO EUCALIPTO

Il segmento Eucalipto&Menta genera un valore di mercato pari a 110m€, (26% del totale caramelle). Di questo, meno del 2% è generato da caramelle gommose. Haribo vuole offrire la prima caramella gommosa di alta qualità al gusto intenso di Eucalipto.

MENTA ED EUCALIPTO SONO I GUSTI PIÙ AMATI DAL TARGET ADULTO

GUSTO INTENSO CHE SODDISFA I DESIDERI DEL CONSUMATORE

LEGGERA COPERTURA DI ZUCCHERO CHE INVOLGA A MANGIARNE SEMPRE DI PIÙ

PACK DAL DESIGN IDENTIFICATIVO E CHE RIMANDA ALLA NATURALITÀ

Fonte: Nielsen database 2020

HARIBO LIQUIRIZIA

Il segmento liquirizia, nel 2020, ha segnato un trend +2,1%. Questa crescita è stata trainata da tutti i prodotti Haribo che hanno fatto registrare il +18,3%. Haribo vuole completare l'offerta con una liquirizia dal gusto intenso, coperta di finissimo zucchero.



CONTINUA A CRESCERE IL DESIDERIO DI FRUTTA TROPICALE

+15% vs AP

Fonte: Nielsen Database Tot Food 2020 FY



Fonte: Nielsen Database Tot Food 2020 FY

La risposta di Haribo per rafforzare la sua leadership nel segmento gommose frutta:

HARIBO È UN VERO LOVE BRAND PER I CONSUMATORI...

- Il 95% degli italiani conosce HARIBO
- Il 62% dei consumatori quando pensa a una caramella pensa ad Haribo

Fonte: Agenzia Mindline, giugno 2019



SPOT TV HARIBO: UNA CAMPAGNA DI SUCCESSO

Continuiamo nel 2021 con nuovo capitolo: 8 mesi di supporto TV durante le più forti stagionalità.

- Messaggio chiaro e memorabile:** con Starmix, ognuno può trovare la sua caramella preferita
- Diverte il consumatore:** gli attori adulti con la voce da bambino trasmettono la felicità fanciullesca di Haribo
- Fortemente incremento delle vendite del prodotto eroe Starmix (+26% vs Ap) e anche del totale brand (+7,0% vs Ap)



Fonte: Nielsen Database, Tot Food, 2020 FY

Codice:	D2060
Codice Ean Busta:	5 701090 075811
Codice Ean Cartone:	5701090075828
Contenuto Cartone:	12 bst x 140g
Pallettizzazione:	16 crt. x 8 str. = 128
Dim. Cartone (LxPxH):	296 x 196 x 122 mm
Dim. Busta (LxPxH):	140 x 45 x 195 mm
Peso Netto/Lordo Crt:	1,68 kg / 1,98 kg
Shelf Life:	250 giorni

Codice:	D2061
Codice Ean Busta:	5 701090 075798
Codice Ean Cartone:	5701090075804
Contenuto Cartone:	12 bst x 140g
Pallettizzazione:	16 crt. x 8 str. = 128 crt.
Dim. Cartone (LxPxH):	296 x 196 x 122 mm
Dim. Busta (LxPxH):	140 x 45 x 195 mm
Peso Netto/Lordo Crt:	1,68 kg / 1,98 kg
Shelf Life:	250 giorni

Codice:	25094
Codice Ean Busta:	4 001686 368107
Codice Ean Cartone:	4001686368091
Contenuto Cartone:	20 bst x 175g
Pallettizzazione:	15 crt. x 8 str. = 120 crt.
Dim. Cartone (LxPxH):	147 x 395 x 150 mm
Dim. Busta (LxPxH):	140 x 45 x 195 mm
Peso Netto/Lordo Crt:	3,50 kg / 3,70 kg
Shelf Life:	250 giorni

L'esperienza travolgente dei gusti esotici nel divertente e anti-stress mondo della caramella gommosa, in cui ognuno può trovare il suo gusto tropicale preferito.

HARIBO TROPIFRUTTI



TARGET: giovani adulti 20-39 anni, open mind nei confronti dei nuovi trend.

Momento di condivisione e auto gratificazione o anti stress.

