

# Fruut reduz 25% de plástico nas suas embalagens

2 de Maio, 2019

A Fruut chega ao mercado com uma nova embalagem, agora num formato mais prático e reduzido. Além de mais apelativa para o consumidor, é também mais amiga do ambiente, com a redução de 25% de plástico na sua produção, o que contribui para uma redução significativa do cartão utilizado no transporte, já que em cada uma das caixas é possível colocar mais embalagens. Estas medidas espelham a preocupação da marca portuguesa para a problemática do meio ambiente e da sua sustentabilidade.

“Movemos-nos por ideais e quando idealizamos a Fruut definimos a missão de contribuir para a melhoria dos hábitos alimentares e para um mundo mais sustentável. Reconhecemos que temos de fazer sempre mais e melhor e que o plástico representa uma ameaça para o nosso planeta. Para isso desenvolvemos um projeto interno no sentido de diminuirmos o impacto das embalagens no ambiente, reduzindo de imediato 25% de plástico em cada embalagem e projetando a médio prazo outras soluções que permitam a eliminação do plástico no nosso packaging”, explica Filipe Simões, diretor executivo da Fruut, empresa que detém a Fruut.

De notar que o novo formato é também mais prático para os consumidores, uma vez que a Fruut pode ser transportada, sem dificuldades, nas mochilas, carteiras ou até no bolso de um casaco. Assim, já não há desculpas para não levar o snack mais saudável para todo o lado.

Mas as mudanças não ficam por aqui. As embalagens Fruut também sofreram um rebranding e a principal preocupação foi a de criar uma imagem mais apelativa, contemporânea, jovem e com cores vibrantes que captassem a atenção do consumidor. Por outro lado, é com a nova imagem – que apresenta um design focado no produto – que a marca portuguesa quer conquistar novos mercados internacionais. Por isso, estão presentes oito línguas na embalagem.

“Sentimos necessidade de otimizar a embalagem e torná-la passível de estar nos lineares de países estrategicamente selecionados. Atualmente, as embalagens Fruut têm oito línguas, o que nos dá confiança e força para abordar os mercados definidos como prioritários”, acrescenta o responsável pela empresa.

A par desta mudança a Fruut aproveitou ainda para lançar um novo sabor – Coco – e surpreender os consumidores com dois mix com frutos secos – cubos de maçã e amendoim e cubos de maçã, coco e amêndoa.