



Teléfono: 93 480 56 75  
Fax: 93 473 46 48  
e-mail: [Prensa.Nestle@nestle.es](mailto:Prensa.Nestle@nestle.es)



Gabinete de prensa  
Nestlé España S.A.

---

## CAMPAÑA HELADOS 2008

# NESTLÉ GOLD, nueva apuesta de Nestlé por la innovación

La tecnología utilizada en su fabricación ha sido desarrollada íntegramente en uno de los Centros de Tecnología de Producto de la compañía y su producción ha requerido una inversión de más de 700.000 euros en la fábrica de Nestlé en Araia (Álava),

*Esplugues de Llobregat, 10 de junio de 2008.*— En respuesta a una de las tendencias del mercado de helados, el placer, Nestlé presenta NESTLÉ GOLD, un bombón helado preparado con el mejor chocolate. Su cobertura gruesa y crujiente, su forma única y una equilibrada proporción entre chocolate y helado lo diferencian claramente de otros productos de su categoría presentes en el mercado.

Tanto el producto como la tecnología de moldeo necesaria para el proceso de producción han sido desarrollados íntegramente en uno de los Centros de Tecnología de Producto de la compañía y su producción ha requerido una inversión de más de 700.000 euros en la fábrica de Nestlé en Araia (Álava), que exportará un 86% de su producción de la gama de especialidades NESTLÉ GOLD a los mercados de Italia, Hungría, Austria y Alemania.

La tecnología utilizada en la fabricación de NESTLÉ GOLD es totalmente distinta a la habitual en la producción de bombones helados. Gracias a un proceso exclusivo, el chocolate que recubre el helado mantiene idénticas características organolépticas, grosor y textura que las que ofrece una tableta de chocolate de la mejor calidad.

NESTLÉ GOLD está presente en el mercado en tres variedades: Vainilla nougatine, Sorbete de naranja y Cappuccino, que están ya a la venta tanto en el segmento de impulso como en alimentación.

## Campaña de comunicación

Para dar a conocer NESTLÉ GOLD se está llevando a cabo una importante campaña de comunicación que combina medios convencionales como televisión y revistas con otros más innovadores que van desde la colocación de lonas gigantes en edificios en rehabilitación o la personalización de estaciones de metro en Barcelona y Madrid, además de un amplio plan de degustaciones.