

## OFF THE EATEN PATH PRÉSENTE SA GAMME DE SNACK QUI RÉINVENTENT LES LÉGUMINEUSES

*Le 25 avril 2019* – Off the Eaten Path présente pour la première fois en France, une gamme complète de snacks qui réinvente les légumineuses : Les Crispy Snacks de riz soufflé aux pois aux saveurs sour cream & poivre noir ou au sel de mer, et Les Crunchy Snacks de pois et de haricots aux saveurs sel de mer ou oignons caramélisés & vinaigre balsamique. Cette nouvelle gamme vient compléter le portefeuille Future Brands, l'incubateur de marques de PepsiCo, lancé en 2017.

### **Les légumineuses : ingrédients tendances d'une nouvelle alimentation**

Un packaging chic, raffiné et arty, c'est ce qui marque lorsque l'on découvre les produits Off The Eaten Path. Mais ce qui prime est bel et bien la recette à base de légumineuses. Des ingrédients sains et équilibrés qui ont fait leurs preuves pour leurs apports nutritionnels.

En France, on dénombre 2% de végétariens (+0,5% en 2 ans) mais aussi 34% de flexitariens (+10 points en 3 ans), des consommateurs qui se tournent de plus en plus vers des produits naturels et végétaux dans leur alimentation quotidienne. Les légumineuses sont sans cesse réinventées pour rendre les recettes plus gourmandes et plus légères.

C'est un pari réussi pour Off The Eaten Path, une gamme apéritive gourmande et pleine de saveurs, conçue à base de pois cassés, haricots blancs, noirs ou pinto. Et pour répondre aux envies des consommateurs en quête d'une alimentation saine et équilibrée, cette gamme est pauvre en matières grasses, riche en glucides complexes et contient minéraux, phosphores, potassium, magnésium, fer ou encore vitamine B.

### **Off The Eaten Path, élu Snacking d'Or 2019 !**

Pour sa première année de lancement en France, Off The Eaten Path remporte le Snacking d'Or 2019 dans la catégorie Produits d'impulsion secs salés, pour son produit Crunchy Snacks oignons caramélisés et vinaigre balsamique. Ce prix récompense les meilleures innovations de l'année, dans l'univers du snacking.

## **Amorcer les tendances pour répondre aux besoins des consommateurs**

Si les consommateurs sont aujourd'hui à la recherche d'alternatives plus saines, d'aliments plus naturels, ils ont également à cœur de découvrir des expériences gustatives inédites. Avec ces combinaisons inattendues d'ingrédients savoureux et inhabituels, Off The Eaten Path crée la surprise à l'apéritif.

Le slogan de la marque « Snack for the curious » témoigne également de la volonté de conquérir toutes les personnes adeptes de nouvelles saveurs, aimant l'aventure tout en conciliant plaisir et bien être.

Pour faire découvrir Off The Eaten Path aux consommateurs, l'activation s'articulera autour d'une campagne ciblée en points de vente et à travers des dégustations en magasin. Un plan digital viendra compléter cette campagne.

\*\*\*

**DEMANDE PRESSE** : We Agency

Marie BROULOU-ERHEL - 01 44 37 22 26 – [marie.broulou@we-agency.fr](mailto:marie.broulou@we-agency.fr)

### **À propos de PepsiCo France**

PepsiCo France propose un large portefeuille de boissons et de produits alimentaires qui compte des marques de renommée mondiale, comme *Tropicana*, *Lipton Ice Tea*, *Pepsi*, *Bénédicts*, *Quaker*, *Lay's* ou *Doritos* etc. La croissance de la filiale française de PepsiCo repose sur près de 620 collaborateurs qui avec passion, offrent aux consommateurs des produits d'une très grande qualité.

Au cœur du groupe PepsiCo se trouve le projet Winning with Purpose qui traduit la vision de PepsiCo d'être le leader mondial du secteur de l'alimentaire et des boissons. Winning with Purpose reflète notre ambition d'accélérer notre croissance de manière durable et d'insuffler de la responsabilité dans toutes nos actions. Pour plus d'informations, rendez-vous sur [www.pepsico.fr](http://www.pepsico.fr).