

Nestlé lanza la gama de Maggi para freidoras de aire en toda Europa continental



Nestlé anuncia el lanzamiento de soluciones de cocción con freidoras de aire ambiental en Alemania, España, Portugal, Países Bajos, Polonia, Hungría, Italia, Grecia, Finlandia, Noruega y Dinamarca. La empresa sigue aprovechando la creciente popularidad de este moderno dispositivo de cocina, ya que estima que casi el 30 % de los hogares en Europa continental poseen ahora una freidora de aire.

Las investigaciones muestran que los usuarios de freidoras de aire a menudo preparan pollo y verduras con este utensilio de cocina. Nestlé está ayudando a los consumidores a mantener estos platos variados y emocionantes con texturas, sabores y recetas inspiradoras. La cartera, que varía según el país, incluye la gama Crispy Chicken con sabor a queso, pimentón y ajo y Tex Mex, mientras que la gama Wraps permite la preparación de platos de fajitas, Street Taco y kebab. Estos lanzamientos se complementan con plataformas de recetas bajo la marca *Maggi*, que permiten a los consumidores disfrutar de comidas sabrosas todos los días.

“*Maggi* es una marca nacida en Europa, y sus recientes innovaciones están en consonancia con su trayectoria de reinventarse para satisfacer las necesidades del consumidor”, afirmó **Marcin Poplawski, director de Marketing de Alimentos para Europa de Nestlé**. “La marca está presente en más del 60 % de los hogares europeos*”, con más de 1500 millones** de comidas al año. Entendemos que nuestros consumidores tienen vidas cada vez más ocupadas y buscan productos que les ahorren tiempo, mejoren sus habilidades culinarias e inspiren la preparación de comidas utilizando utensilios modernos. Nestlé está bien posicionado para abordar estas tendencias emergentes de

consumo y se complace de estar entre los primeros en múltiples mercados con soluciones culinarias para freidoras de aire.”

El lanzamiento de estos productos está en consonancia con la reciente expansión global de la cartera de cocina moderna de Nestlé, que es parte integral de las seis «grandes apuestas» globales de la compañía. Esto ha hecho que la categoría se expanda con nuevas ofertas en Estados Unidos, Chile, México, Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda, Malasia, Singapur y China.

*Fuente: Panel Europeo de HH, primer trimestre de 2025

**Fuente: Segmentación de Mercury Plus, primer trimestre de 2025