

# MACARRÓN XL

**Grupo Gallo amplía su gama de pasta clásica con el nuevo Macarrón XL**

**El crecimiento de la gama de pasta clásica de Gallo ha motivado la creación de una nueva referencia, que al mismo tiempo pretende dar respuesta a la creciente demanda de pasta con formas grandes entre las familias**

**Barcelona, 3 de septiembre de 2024**. **Grupo Gallo** ha presentado una nueva referencia en su categoría estrella, la pasta clásica con su inconfundible paquete rojo. Se trata de Macarrón XL, el último lanzamiento de la compañía motivado por el crecimiento de la gama de pasta clásica.

Grupo Gallo lanza esta nueva referencia al mercado con el objetivo de diferenciarse respecto a la MDD, apoyándose en la innovación como palanca de crecimiento en el mercado de la pasta clásica, en el que han crecido sustancialmente durante el último año. La compañía apuesta por aportar novedades en las comidas diarias y hacerla más asequible para las familias en este contexto de inflación con un precio especial de lanzamiento a 0,99€/unidad.

Precisamente, el mercado ha registrado un aumento sustancial de la demanda de pastas con grandes formas entre los consumidores españoles. Este segmento creció un 11% en volumen en 2023 respecto al año anterior, con una tasa de repetición del 35% y 1,5 millones de compradores en 2023, un 5% más que en 2022, según datos de Kantar.

Con este lanzamiento, **Grupo Gallo** sigue apostando por lanzar productos que se diferencien de la MDD, democratizando las formas grandes, típicas de las gamas más premium. Con este lanzamiento, Gallo apuesta por un producto a un precio competitivo y con el sello de calidad que caracteriza la familia de pack rojo de Pastas Gallo, gracias al uso de trigo duro de selección cultivado en la campiña andaluza. El paquete rojo de Gallo sigue siendo el más apreciado por los consumidores españoles, siendo el segmento que más ha crecido en volumen, con 4 millones de kilos de pasta clásica de Gallo vendidos en 2023.

**La pasta grande está de moda entre las familias**

Las familias son uno de los principales impulsores de este cambio en las preferencias de compra y ya representan el 56% del consumo de pasta grande tras un aumento del 16% en su hábito de compra en el último año: compran más de 3 veces al año y tienen una tasa de repetición del 41%, lo que representa un aumento de 3,6 puntos más de cuota respecto a 2022.

**Julia Sala, Marketing Manager de** **Grupo Gallo**, destaca la apuesta de la compañía para dar respuesta a las necesidades de los consumidores: “***El mercado de la pasta grande ha crecido sustancialmente en el último año y en Gallo queremos seguir siendo un actor relevante en este segmento. Este lanzamiento es fruto de la innovación, un valor intrínseco en el ADN de Gallo y que nos impulsa a desarrollar nuevos productos únicos y que marquen la diferencia con la MDD***”.

“***Este lanzamiento busca aportar novedades a un momento diario, ofreciendo un producto de calidad, elaborado con variedades de trigo propias, del que se benefician más de 2.000 familias de agricultores nacionales. Nuestro propósito sigue siendo ofrecer una pasta de calidad superior gracias al uso de trigo duro seleccionado, al alcance de todos y asegurando un producto excelente***”, añade Sala.

El nuevo Macarrón XL de Gallo, con un gramaje de 450g, se ha lanzado al mercado con un precio de lanzamiento promocional de 0,99€ por paquete durante los tres primeros meses con el objetivo de democratizar el consumo de pasta premium, haciéndola más asequible para las familias en este contexto complicado.

**Calidad e innovación en el ADN desde 1946**

Durante más de 75 años, **Pastas Gallo** ha sido una marca icónica que puede mirar al futuro desde el profundo respeto a un legado que ha demostrado su compromiso con el consumidor y su cercanía con las familias de este país, manteniendo siempre una escucha activa, con voluntad real de estar al lado del consumidor para poder anticiparse a las necesidades de las familias.

**Grupo Gallo** se ha consolidado en el mercado español como marca líder en el mercado de la pasta seca, las salsas y las harinas como referente fabricante nacional, ofreciendo una amplia variedad de pastas, con recetas totalmente adaptadas al gusto de los paladares españoles. El reconocimiento de los consumidores le avala con su fidelidad y una cuota de mercado cercana al 35% en pasta seca, un 29% en salsas y un 16% en harinas.

**Para más información**: Tinkle Consultants

Noemí Iglesias | noemi.iglesias@tinkle.es| Tel.:610 732 591

Andreu Rauet | andreu.rauet@tinkle.es| Tel.: 673 91 29 18