

NOTA DE PRENSA

YOLÉ CIERRA UN AÑO 2020 CON ÉXITO A PESAR DE LAS RESTRICCIONES DEL COVID

La diversificación de los productos desarrollados por la marca ha permitido afrontar un año difícil, pese a lo cual la marca ha crecido y obtenido beneficios.

SINGAPUR, 01 de Febrero 2021.

La marca Yolé ha terminado el duro año 2020 con crecimiento en número de clientes, tiendas y canales, a pesar de las restricciones propias del COVID, sus directivos están satisfechos con los logros de la marca que se resumen aquí:

- Tras años de I+D, Yolé ha lanzado su nueva gama de productos para supermercados, sin azúcar añadida y con bajas calorías, pero conservando todo el sabor y cremosidad que los helados tradicionales. De esta manera, Yolé pasa a ser una marca 100% sin azúcar añadida consiguiendo en cuestión de 6 meses estar presente en más de 600 supermercados en Singapur e Indonesia, los primeros dos países donde han desembarcado sus tarrinas y bombones en el canal FMCG (supermercados).
- Extraordinario incremento de ventas en los canales de “delivery” (Deliveroo, Grab, FoodPanda y otros). Gracias a que Yolé tenía desde antes del COVID diseñada e implantada la estrategia en el canal de delivery, las ventas se incrementaron en más de un 300% en estos canales durante el confinamiento, algo que supuso para las unidades Yolé sustituir las ventas tradicionales por este otro canal. Tras el confinamiento, las ventas de delivery se han

estabilizado y suponen ya más del doble que las ventas por este canal en el año 2019.

- Lanzamiento por primera vez en el mercado de frozen yogurt y soft ice-cream sin azúcar añadido y bajo en calorías. Tras años de investigación, Yolé ha conseguido ser la primera marca de soft ice cream que lanza helados saludables sin un gramo de azúcar añadido y compitiendo a su vez con todo el sabor que los helados tradicionales ofrecen. En Octubre del 2020, Yolé lanzó su primera tienda oficial “Yolé No Sugar Added” en Singapur y, a lo largo del 2021, no solo sustituirá el resto de sus actuales tiendas, sino que contará con nuevas aperturas ya firmadas para este año.
- Apertura de las primeras tiendas con el nuevo look de Yolé. En el último trimestre del 2020, Yolé ha revolucionado el look and feel de sus tiendas para actualizarlo a la imagen de producto natural y sano que ofrece a sus clientes. De esta manera, en diciembre del 2020 se inauguraba la aplaudida nueva imagen en la tienda del centro comercial Vivocity de Singapore, que ha pasado a ser el buque insignia de la marca en el mundo.
- Apertura de primera tienda en Europa. En el último trimestre del 2020, Yolé abrió su primera tienda en Portugal, fruto del acuerdo con un experimentado franquiciado de dicho país. Asimismo, Yolé abrió oficinas en España para atender la expansión en Europa.

