BRF Europa, innovazione negli imballaggi per la ristorazione

empresa-edu-0102-1024x680-6f38f127

BRF Europa ha annunciato il lancio di nuove linee di prodotti a base di pollo, con particolare attenzione all'innovazione negli imballaggi e nei prodotti stessi. Pensate appositamente per il settore della ristorazione, le tre linee principali comprendono prodotti porzionati con nuovi gusti e formati che attireranno diversi operatori del settore, dagli hotel ai ristoranti e a tutte le attività connesse. Queste nuove linee saranno lanciate inizialmente in Spagna, Italia e Grecia, per poi aprirsi a nuovi mercati europei nei mesi successivi.

Ristorazione Sadia: nuove linee e nuovi prodotti. I team di Ricerca e Sviluppo e di Innovazione e Design di BRF Europa hanno ideato tre concetti chiave all'interno del marchio alimentare Sadia, per potersi rivolgere a tutti i tipi di consumatore finale: **C'Rock Music** riprende il concetto di 'Eat 4 Fun', una gamma di finger food completamente cotti, perfetti per pub, bar e per tutti i locali dove il cibo si fonde con musica e divertimento. Comprende sei prodotti a base di pollo, come i Gringos, filetti di pollo croccante già porzionati al gusto Tex Mex. La gamma **Gourmet** rappresenta il concetto "Eat 4 Taste", con prodotti a base di pollo di prima qualità, che permettono agli chef di aggiungere il loro tocco personale al piatto appena prima che sia servito. Grand Bleu, un filetto di pollo croccante, porzionato e già completamente cotto, ripieno di prosciutto e formaggio è il protagonista perfetto di un piatto da ristorante.

Gli chef che sono alla ricerca di pratici ingredienti di base per i loro piatti, si orienteranno verso la gamma Professional, costituita da prodotti "clean label" già completamente cotti. Questa gamma rappresenta il concetto 'Best 4 You', e comprende prodotti come le Grilled Slices – l'ingrediente perfetto per insalate, panini e molto altro. Guus Burbank, responsabile per l'innovazione e il design di BRF Europa, ha spiegato l'idea alla base delle nuove linee di prodotti per la ristorazione: *"Durante la fase di sviluppo del prodotto puntiamo all'eccellenza, sapendo che stiamo aiutando i nostri consumatori finali a soddisfare i loro clienti, offrendo qualità e gusto, ogni giorno"*.

L’innovazione di BRF Europa in queste tre nuove linee è un aspetto fondamentale della strategia aziendale per aumentare la presenza del marchio nel campo della ristorazione in Europa. *“Grazie agli imballaggi CUBOX questa ampia gamma di prodotti alimentari per gli utenti finali aggiunge un valore significativo al portfolio dei servizi per la ristorazione di BRF”*, ha affermato Marcos Delorenzo, Executive Marketing Manager di BRF per Europa ed Eurasia. *“Offriamo una qualità eccellente e i migliori ingredienti per permettere agli chef di prendere le migliori decisioni in modo veloce, sicuro e pratico, avendo tuttavia la possibilità di aggiungere il loro tocco finale”*.

Soluzioni di imballaggio intelligenti. L’innovazione di BRF Europa non si limita al prodotto: è presente anche negli imballaggi. CUBOX è l’imballaggio intelligente che permette di utilizzare in modo efficiente lo spazio di magazzino. Grazie alla sua forma cubica, permette di avere sei ampi lati su cui riportare informazioni come idee di menu, immagini per una rapida individuazione del prodotto e informazioni sul prodotto e sulla sua preparazione. Le operazioni di logistica sono ottimizzate, grazie alla forma e al peso standard degli imballaggi, che sono semplici da chiudere, pallettizzare e trasportare.

L’immagine più grande. Questa iniziativa è solo una parte dell’ambizione a lungo termine di Sadia nel settore della ristorazione. Le future attività previste dalla strategia del marchio comprendono lo sviluppo di menu e l’organizzazione di corsi di formazione e master class per professionisti della ristorazione. Christophe Vasseur, General Manager per l’Europa occidentale e orientale, ha proseguito: *“Crediamo che il successo di BRF Europa dipenda dal successo dei nostri clienti. Tenendo sempre a mente questa motivazione chiave, il nostro obiettivo è aiutare i nostri clienti a offrire esperienze di eccellenza e, di conseguenza, a raccoglierne i frutti”.*

BRF. Nel 2014 la società è stata inserita per il terzo anno consecutivo da Forbes nella lista delle aziende più innovative a livello mondiale; l’innovazione è dunque un punto focale della strategia di BRF Europa per il successo. è in corso una collaborazione tra un team di Ricerca e Sviluppo e uno di Innovazione e Design per creare le condizioni per il successo in Europa attraverso nuove idee e nuovi metodi. L'azienda è responsabile del 9% del commercio internazionale di proteine ed è la settima azienda alimentare nel mondo per capitalizzazione di mercato. Una vera azienda alimentare globale: il 43% delle vendite nette dell’azienda derivano dal mercato internazionale. Nel 2014 il marchio ha avviato una nuova struttura amministrativa in Brasile e in altri Paesi, per aumentare la flessibilità e il potenziale di crescita. Il 2014 ha segnato una tappa fondamentale per BRF, grazie all’apertura del suo 57esimo stabilimento nel mondo e primo nel Medio Oriente, ad Abu Dhabi. Questi 57 stabilimenti sono sparsi in tutto il mondo: 47 in ogni regione del Brasile, 7 in Argentina, 2 in Europa (nel Regno Unito e nei Paesi Bassi) e 1 ad Abu Dhabi, negli Emirati Arabi Uniti.