

Noel converteix la línia de productes sense carn en la seva gamma més sostenible

Els envasos dels productes "Nature" redueixen el plàstic en un 70% i són totalment reciclables, a més d'emprar paper amb certificat FSC, segell que promou la gestió forestal responsable a tot el món



La gamma de llescats sense carn de Noel Alimentària ara s'anomena «Nature». | @noelalimentaria.

Noel Alimentaria, la companyia garrotxina especialitzada en la producció i la distribució de pernil cuït, curat i serrà, embotits i carns fresques, tant per al mercat nacional com internacional, renova la seva línia de productes sense carn i la transforma en la seva gamma més sostenible.

Sota el nom "Nature" (abans "Veggie"), les 5 referències que la componen -Nature Burger de lleties amb verdures, Nature Burger d'hummus amb bolets, Nature Llesques amb olives i pebrots, Nature Llesques amb espàrtracs i Nature Llesques amb verdures- presenten un 70% menys de plàstic als seus envasos i hi incorpora paper, material que compta amb el certificat FSC, segell que promou la gestió forestal responsable a nivell mundial. A més, són totalment reciclables.

Aquesta evolució de la gamma respon a la forta aposta que la companyia du a terme en matèria de sostenibilitat, tot desenvolupant un pla d'acció basat en una producció i comercialització responsables, integrades en una cadena de valor que disminueixi l'impacte ambiental en l'entorn.

Les 4R: reduir, reciclar, reemplaçar i reutilitzar

En aquest sentit, l'empresa posa en valor que la nostra estratègia per fer front al problema de l'excedent de plàstic a nivell mundial se centra a aplicar el que internament hem denominat les 4R: reduir, reciclar, reemplaçar i reutilitzar. És primordial augmentar l'ús de monomaterials i l'ús de

paper en detriment de l'ús de plàstics, així com utilitzar el cartró i el plàstic residual de Noel per a l'elaboració de nous packagings seguint un circuit d'economia circular?.

Aquest plantejament i relançament de la gamma, a més d'estar alineat amb l'estratègia de sostenibilitat de la companyia, va molt lligat a tres premisses més que són fonamentals per Noel en el desenvolupament dels seus productes: salut, contribuint a mantenir un estil de vida basat en una alimentació saludable i equilibrada; conveniència, adaptant-se a les diferents necessitats i moments de consum per part dels consumidors i plaer, és a dir, que els productes siguin bons i propicien la millor experiència de consum.

Noel, la primera empresa càrnia a apostar per alternatives sense carn

La gamma "Nature" va néixer ara fa tres anys i va convertir Noel en la primera gran empresa del sector carni a afegir una opció no càrnia al seu catàleg de productes. La companyia va ser pionera amb el llançament d'aquesta línia de productes sota el nom "Veggie" al Saló Alimentaria 2016, on va guanyar el premi Innoval dins de la categoria Salut i Confiança. Inicialment era una selecció de llescats sense carn, però a partir de la revolució que va suposar aquest producte al mercat la seva oferta ha evolucionat i s'ha ampliat.

En aquest sentit, avui la gamma compta amb dues tipologies de producte, en les quals s'ha millorat la textura i el sabor: els llescats, elaborats amb clara d'ou de gallines de camp com a base proteica, i les hamburgueses, també sense carn, elaborades a base de llegums i verdures.

Ambdues tipologies s'adrecen als consumidors flexitaris, persones que només mengen carn dues o tres vegades a la setmana i demanen productes alternatius que els permetin diversificar la dieta, i a vegetarians que a la seva dieta incloguin ingesta d'ou. En el cas de les hamburgueses, també són aptes per als consumidors vegans.

Actualment, i segons les darreres dades de la consultora IRI, Noel lidera al mercat la categoria de substitutius carnis amb una quota del 46% i un creixement de més del 52% anual.

Noel Alimentaria, ubicada a Sant Joan Les Fonts, és una empresa familiar de quarta generació especialitzada en la producció i la distribució de pernil cuit, curat i serrà, embotits i carns fresques, tant pel mercat nacional com internacional. Amb una facturació de 277M? al 2018, amb 1.226 treballadors i 12 plantes productives, s'ha convertit en una de les principals empreses espanyoles d'elaborats carnis.

Present a la totalitat de la gran distribució i amb activitat a més de 60 països, el repte de la companyia passa ara per continuar guanyant presència tant al mercat nacional com al mercat exterior i mantenir la seva aposta per la innovació, diversificant la seva activitat. El seu objectiu principal és oferir productes que compleixin quatre premisses: salut, conveniència, plaer i sostenibilitat.