***FOR IMMEDIATE RELEASE***

**TOMRA FOOD ANUNCIA NUEVA ESTRATEGIA QUE REAFIRMA SU DIRECCIÓN FUTURA Y SU PAPEL MÁS AMPLIO EN LA SOCIEDAD**

*El nuevo eslogan de la compañía plasma cómo pueden trabajar juntos TOMRA Food y sus clientes para mejorar la producción mundial de alimentos; marcas tradicionales integradas en una sola marca TOMRA Food; en busca de nuevos trabajadores que refuercen su liderazgo del mercado*

**Lovaina, Bélgica, 6 de abril de 2022 -** TOMRA Food ha hecho pública su nueva estrategia de marca con la que pretende destacar el valor que crea para sus clientes y para la producción mundial de alimentos, resalta las ambiciones que comparte con sus clientes y cohesiona sus fusiones y adquisiciones recientes.

Tove Andersen, Presidente y Director General de TOMRA, y Michel Picandet, Vicepresidente Ejecutivo y Director de TOMRA Food, han anunciado hoy todos estos cambios en una conferencia de prensa celebrada en la feria comercial Fruit Logistica de Berlín (Alemania).

Refrendando el compromiso de TOMRA Food de trabajar de forma aún más estrecha con productores, envasadoras y procesadoras de alimentos para optimizar poco a poco la producción de alimentos, el nombre TOMRA Food irá ahora acompañado por primera vez de un eslogan: 'Every Resource Counts (Cada recurso es importante)'.

Compac y BBC Technologies, dos empresas que TOMRA adquirió en 2018, pasan a adoptar el nombre TOMRA Food para alinearse con la actividad de TOMRA Food que, a lo largo del tiempo, ha ido creciendo mediante fusiones y adquisiciones. Así, formarán una división comercial de nueva creación, TOMRA Fresh Food, y el resto de operaciones de TOMRA Food pasan a formar parte de la división TOMRA Processed Food.

Según Andersen: "El relato de la historia de nuestra marca no se limita únicamente a contar la situación actual y las aspiraciones futuras de TOMRA Food. También forma parte de una estrategia más amplia de TOMRA para marcar una diferencia positiva en el mundo en que vivimos. Podemos lograrlo si trabajamos codo con codo con nuestros clientes y asentamos una forma común de hacer las cosas para aprovechar las fortalezas del Grupo. La revisión de la marca también forma parte de una estrategia para atraer nuevos trabajadores al grupo TOMRA y a TOMRA Food con los que poder aumentar significativamente nuestra plantilla para 2026".

Picandet comenta lo siguiente: "Ahora, nuestra marca se presenta de una forma que subraya que nuestras líneas de negocio y nuestros clientes son más fuertes unidos entre sí. Entre todos, contamos con la experiencia para transformar el sector alimentario y liderar la revolución de los recursos, contribuir a la sostenibilidad e impulsar un cambio hacia un mundo mejor. Si mantenemos esta perspectiva a largo plazo ayudaremos a que mucha gente entienda qué tiene que hacer a corto plazo.

"El relato revisado de nuestra marca también refleja cómo TOMRA Food ha creado una ruta mucho más definida, al reformular su estrategia en los últimos años. Está estrategia se basa en tres pilares fundamentales: crecimiento, para que la actividad crezca más rápido y mejor; excelencia, para ser los mejores en todo lo que hacemos; y talento, para cuidar a nuestro equipo y fomentar su desarrollo. Actualizar el relato de nuestra marca también nos ayudará a captar nuevos trabajadores, algo muy importante ya que todo lo que logramos para nuestra actividad y nuestros clientes se basa en el trabajo de quienes forman parte de TOMRA. De hecho, los integrantes de nuestro equipo son quienes innovan en cuanto a recursos".

**Lograr que cada recurso sea importante**

La situación actual de la marca TOMRA Food es la de un proveedor innovador de las mejores soluciones poscosecha, inteligencia y colaboraciones a largo plazo para una producción de alimentos sostenible, segura y de calidad. La compañía refuerza su posición de liderazgo no solo mediante el diseño y la fabricación de las soluciones más eficaces de clasificación y calibrado, sino también al transformar tecnología avanzada e información completa en inteligencia de gran valor.

Todas estas funciones tienen ahora mucha más importancia que nunca ya que la creciente población mundial tiene necesidades cada vez mayores de alimentos seguros, sostenibles y de calidad. Al compartir con agricultores y emprendedores del sector alimentario conocimientos colectivos fundamentales, TOMRA Food entiende perfectamente que todos los recursos son importantes. Y al seguir manteniendo la tradición con productores y contar con décadas de emprendimiento en el sector alimentario, y trabajar codo con codo con productores, envasadoras y procesadoras de alimentos, TOMRA tiene la llave para optimizar la producción de alimentos y crear junto a ellos un valor sostenible para el presente y el futuro de las próximas generaciones.

Picandet añade: "TOMRA ya ha ampliado su estrategia colaborativa de clientes a colaboradores y otros expertos del sector para ayudar a la cadena de suministro de alimentos a superar los retos que plantea la destrucción de la naturaleza, las consecuencias del cambio climático y las desigualdades cada vez mayores. Si nos centramos en las necesidades del cliente y aprovechamos las soluciones digitales más avanzadas, podemos reducir significativamente el desperdicio de alimentos.

"Al combinar los amplios conocimientos de TOMRA sobre las categorías de alimentos y las características de los productos mejor valorados, además del análisis digital, existe una ruta clara para TOMRA Food como líder indiscutible mundial en soluciones inteligentes de clasificación e información para nuestros clientes mediante colaboraciones fiables a largo plazo. Esto es algo muy bueno para nuestros clientes, ya que les ayuda a proteger y reforzar su empresa, y es bueno también para reducir el desperdicio mundial de alimentos, que es algo urgente a nivel mundial".

**Acerca de TOMRA Food**

TOMRA Food diseña y fabrica máquinas de clasificación basadas en sensores y proporciona soluciones integradas de postcosecha para la industria alimentaria. Desarrollamos la tecnología analítica más avanzada del mundo y la aplicamos a la clasificación y pelado.

Más de 12.800 unidades están instaladas y son empleadas en todo el mundo por productores, envasadores y procesadores de dulces, frutas secas, cereales y semillas, patatas, proteínas, frutos secos y verduras.

La empresa tiene como misión mejorar el rendimiento y la eficiencia operativa de sus clientes y garantizar el suministro de alimentos seguros a través de tecnologías inteligentes y útiles. Para alcanzar tales objetivos, TOMRA Food cuenta con centros de excelencia, oficinas regionales y plantas de fabricación en EE.UU, Europa, América del Sur, Asia, África y Australasia.

TOMRA Food forma parte de TOMRA Group, fundado en 1972 en base a una idea innovadora que comenzó por el diseño, la producción y venta de máquinas de devolución de depósitos (MDD) para la recogida automatizada de envases usados de bebidas. Hoy en día, TOMRA ofrece soluciones tecnológicas que permiten alcanzar la economía circular. Gracias a sus sistemas avanzados de recolección y clasificación que optimizan la recuperación de recursos y minimizan el desperdicio en las industrias de alimentos, reciclaje y minería, TOMRA se compromete a construir un futuro más sostenible.

TOMRA dispone hoy de unas 100.000 instalaciones en más de 80 mercados a nivel mundial y sus ingresos totales en 2021 alcanzaron 10,9 mil millones de NOK. El grupo tiene unos 4,600 empleados a nivel global y cotiza en la Bolsa de Valores de Oslo (OSE: TOM).

Para más información acerca de TOMRA, visite la página [www.tomra.com](http://www.tomra.com).

**Contacto con los Medios:**

Emitido por: En nombre de:

ALARCÓN & HARRIS TOMRA Sorting, S.L.

Asesores de Comunicación y Marketing C/ Carrer Arquitecte Gaudí, num. 45

Avda. Ramón y Cajal, 27 17480 Roses  -

28016 MADRID GIRONA

Tel: (34) 91 415 30 20 Tel: (34) 972 15 43 73

E-Mail: nmarti@alarconyharris.com E-mail: alejandro.palacios@tomra.com

Web: [www.alarconyharris.com](http://www.alarconyharris.com/) Web: [www.tomra.com/es/food](http://www.tomra.com/es/food)