**TOMRA FOOD ANNUNCIA LA SUA NUOVA STRATEGIA E UN RUOLO PIU' AMPIO NELLA SOCIETA’**

*Il nuovo slogan “Ogni Risorsa Conta” sottolinea il modo in cui TOMRA Food e i suoi clienti possono lavorare insieme per migliorare la produzione alimentare globale; i marchi ereditati vengono integrati in un unico marchio TOMRA Food; l’arrivo di nuovi talenti consoliderà la leadership del mercato*

**Leuven, Belgio, 6 aprile 2022 -** TOMRA Food ha presentato a Fruit Logistica Berlin una nuova strategia che evidenzia il valore aggiunto per i clienti e per la produzione alimentare in tutto il mondo, sottolinea la mission che condivide con gli utenti finali e crea coesione con le fusioni e le acquisizioni aziendali passate.

Questi cambiamenti sono stati annunciati oggi in una conferenza stampa a Fruit Logistic Berlin da Tove Andersen, presidente e amministratore delegato di TOMRA, e da Michel Picandet, vicepresidente esecutivo e responsabile di TOMRA Food.

Affermando l'impegno di TOMRA Food a lavorare a stretto contatto con coltivatori, confezionatori e trasformatori alimentari per ottimizzare la produzione alimentare, il marchio TOMRA Food sarà ora accompagnato per la prima volta da un nuovo slogan: 'Ogni Risorsa Conta’.

Per allineare le varie linee di TOMRA Food, che sono cresciute nel corso degli anni con fusioni e acquisizioni, Compac e BBC Technologies - due aziende acquisite da TOMRA nel 2018 - adottano ora il marchio TOMRA Food. Queste formeranno un'area di business di nuova creazione, TOMRA Fresh Food, che affiancherà la seconda area di business, TOMRA Processed Food.

Tove Andersen ha commentato: "Il modo in cui raccontiamo la storia del nostro marchio non riguarda solo la comunicazione del posizionamento attuale e delle ambizioni future di TOMRA Food. Fa anche parte della più ampia strategia di TOMRA per influire positivamente sul mondo in cui viviamo. Possiamo raggiungere questo obiettivo lavorando a stretto contatto con i clienti e stabilendo un modo comune di fare le cose per sfruttare i punti di forza di tutto il gruppo. Il branding rivisto fa anche parte di una strategia per attrarre nuovi talenti nel gruppo TOMRA e TOMRA Food e aumentare significativamente la nostra forza lavoro entro il 2026".

Michel Picandet ha commentato: "Ora stiamo presentando il nostro marchio in un modo che riconosce come le nostre linee di business e i nostri clienti sono più forti insieme. Insieme, abbiamo l'esperienza per trasformare l'industria alimentare e guidare la rivoluzione delle risorse, contribuendo all'agenda della sostenibilità e stimolando il cambiamento verso un mondo migliore. Mantenere questa prospettiva a lungo termine aiuta le persone a capire meglio le azioni necessarie a breve termine.

"La nostra brand story rivista riflette anche come, riformulando la strategia negli ultimi due anni, TOMRA Food abbia intrapreso un percorso più chiaramente definito. Questa strategia si basa su tre pilastri: la crescita, per far crescere il business più velocemente e meglio; l'eccellenza, per essere I migliori in tutto ciò che facciamo; e il talento, per prendersi cura della nostra squadra e sostenere il suo sviluppo. Aggiornare la storia del nostro marchio aiuterà anche ad attrarre nuovi talenti in TOMRA, il che è importante, perché tutto ciò che otteniamo per il nostro business e per i nostri clienti è guidato dalle persone. Sono loro che faranno la rivoluzione delle risorse!"

**Fare in modo che ogni risorsa conti**

L'attuale posizionamento del marchio TOMRA Food è: "un fornitore innovativo delle migliori soluzioni post-raccolta oltre che partner a lungo termine per una produzione alimentare sostenibile, sicura e di qualità". L'azienda rafforza la sua posizione di leadership non solo progettando e producendo le soluzioni di selezione e classificazione più efficaci, ma anche trasformando la tecnologia più avanzata e i dati complessi in informazioni preziose.

Queste capacità sono importanti ora più che mai, perché la crescente popolazione del pianeta ha un bisogno crescente di cibo sicuro, di alta qualità e sostenibile. Condividendo radici collettive di conoscenza dell'industria alimentare accanto a agricoltori e imprenditori, TOMRA Food capisce veramente che ogni risorsa conta. E facendo leva sulla sua conoscenza degli agricoltori e sui decenni di presenza in tutta l'industria alimentare – accanto a coltivatori, confezionatori e trasformatori - TOMRA possiede la chiave per ottimizzare la produzione alimentare, contribuendo a creare un valore sostenibile oggi e per le generazioni future.

Michel Picandet ha detto: "TOMRA ha già ampliato il suo approccio collaborativo dai clienti ai partner e ad altri esperti del settore per aiutare la filiera alimentare a risolvere le sfide causate dalla perdita della natura, l'impatto del clima e le crescenti disuguaglianze. Concentrandosi sulle esigenze dei clienti e utilizzando le soluzioni digitali più avanzate, possiamo ridurre notevolmente lo spreco di cibo.

Combinando la profonda conoscenza di TOMRA delle categorie alimentari e delle caratteristiche del prodotto, così come l'analisi digitale, c'è un chiaro percorso in avanti per TOMRA Food come leader globale indiscusso nel fornire soluzioni di selezione intelligenti superiori per i nostri clienti attraverso partnership fidate e a lungo termine. Questo è un bene per i nostri clienti, che li aiuterà a proteggere e potenziare le loro attività, e un bene per ridurre la perdita globale di cibo, di cui il mondo ha urgente bisogno".

**Informazioni su TOMRA Food**

TOMRA Food progetta e produce macchine selezionatrici a sensori e soluzioni integrate post-raccolta per l'industria alimentare, utilizzando le più avanzate tecnologie di classificazione, selezione, pelatura e analisi. Sono oltre 12.800 le macchine installate in tutto il mondo presso produttori, confezionatori e trasformatori di frutta, frutta secca, frutta disidratata, verdure, prodotti a base di patate, proteine, cereali e semi.

La mission dell'azienda è quella di consentire ai clienti di migliorare le rese, aumentare l’efficienza operativa e garantire un approvvigionamento alimentare sicuro attraverso tecnologie intelligenti e utilizzabili. A tal fine, TOMRA Food dispone di centri di eccellenza, uffici regionali e siti produttivi negli Stati Uniti, in Europa, Sud America, Asia, Africa e Oceania.

TOMRA Food è membro del Gruppo TOMRA, fondato sull’innovazione e nato nel 1972 con la progettazione, la produzione e la vendita di macchine reverse vending (RVM) per la raccolta automatizzata di contenitori per bevande allo scopo di riciclo o riutilizzo. Oggi TOMRA fornisce soluzioni tecnologiche che consentono un'economia circolare con sistemi avanzati di selezione che ottimizzano il recupero delle risorse e riducono al minimo i rifiuti nell'industria alimentare, del riciclo e mineraria.

TOMRA ha circa 100.000 sistemi installati in oltre 80 mercati in tutto il mondo e nel 2021 ha registrato un fatturato totale di circa 10,9 miliardi di NOK. Il Gruppo impiega ~4.600 dipendenti a livello globale ed è quotata alla Borsa di Oslo (OSE: TOM).

Ulteriori informazioni su [www.tomra.com](http://www.tomra.com)

**Contatti media:**

Nuria Martí

Alarcon & Harris PR

Avda. Ramón y Cajal, 27

28016 Madrid

Spain

T: +34 91 415 30 20

E: [nmarti@alarconyharris.com](mailto:nmarti@alarconyharris.com)

W: [www.alarconyharris.com](http://www.alarconyharris.com)

Marijke Bellemans

Director Brand and Communications

Research Park Haasrode 1622

Romeinse straat 20

3001 Leuven

Belgium

M: +32 (0)476 74 19 18

E: [marijke.bellemans@tomra.com](mailto:marijke.bellemans@tomra.com)

W: [www.tomra.com/food](http://www.tomra.com/food)