



Berlys lanza 'Nature', una gama de panes especiales elaborados con masa madre

30-06-2014

Berlys ha lanzado una nueva gama de panes especiales denominada 'Nature'. Son variedades de mayor peso y con formatos atractivos, totalmente acordes con las últimas tendencias que demandan productos sanos, naturales y de mayor valor añadido. 'Nature' se compone de siete tipos de panes.

Las últimas tendencias en panadería indican que los consumidores empiezan a valorar y a demandar cada día más, panes de mayor peso, formatos atractivos, elaborados siguiendo el proceso tradicional con largos reposos e incorporando ingredientes naturales y masa madre, un fermento natural muy apreciado en la actualidad por sus efectos saludables y su influencia en un mejor aroma y sabor en el pan. Características que Berlys ha incorporado en su nueva gama 'Nature'.

'Nature' se compone de tres nuevas variedades de 350 g, 'Pan Centeno Nature', 'Pan Cereales Nature' y 'Pan Pasas y Nueces Nature', a las que se suman otros cuatro panes del catálogo de Berlys que integran las características de esta nueva gama: 'Pan Payés' (500 g), 'Campera Plus' (500 g), 'Trenzada' (400 g) y 'Pan Pavé' (400 g). Son panes de migas esponjosas y aromáticas, con cortezas crujientes y sabor a pan recién horneado, que se asocian a lo natural y artesano.

Los nuevos panes 'Nature' ofrecen al profesional de la hostelería, todas las posibilidades para hacer más rentable su negocio, porque cada día son más demandados por un colectivo de consumidores que no sólo valoran el pan en su dieta como aporte de salud y bienestar. También buscan nuevos sabores e ingredientes, nuevas formas y momentos de consumo, como el hecho de compartir dado su tamaño, con lo que se potencia el factor emocional de la compra.

Además 'Nature' presenta una imagen moderna e innovadora, tanto en su logo como en su *packaging*, con un nombre y un diseño muy atractivos que evocan rápidamente los atributos de la gama, de fácil recuerdo y asociación con el producto. Al igual que su *claim* 'Lo diferente es ser natural', que quiere representar al consumidor que necesita reconocerse en un colectivo 'diferente' que apuesta por lo natural y que se aleja de lo artificial y de productos demasiado elaborados consumidos masivamente.

www.berlys.es