

Te encuentras en Inicio / Empresas / Proveedoras /

Fleur Du Vie presenta sus fórmulas premium de productos 'sin', para el sector de la restauración

Fleur Du Vie presenta sus fórmulas *premium* de productos 'sin', para el sector de la restauración

Viernes, 03 de marzo 2017

??Fleur Du Vie Intelligent Food presentó en Hip 2017 sus nuevas fórmulas *premium* para una cocina saludable diseñada y desarrollada para profesionales del sector de la restauración.

Sin alérgenos, sin gluten y sin lácteos, 100% *plant based*, Fleur Du Vie Intelligent Food ha patentado varias fórmulas de preparados fortificados nutricionalmente con vitaminas y minerales, altos en proteínas, con los que ofrece a los profesionales de la restauración, la oportunidad de elaborar múltiples opciones gastronómicas personalizables, saludables, nutritivas y deliciosas.

Desde un pan crujiente y esponjoso, deliciosas albóndigas caseras, ligeras pizzas con queso que funde y 'hace hilo', hamburguesas, hasta la más exquisita repostería; todo recetas nutritivas llenas de sabor, textura *premium* y con un coste muy competitivo. Fleur Du Vie crea así los primeros alimentos 'polivalentes' del mercado.

Fleur du Vie Intelligent Food ha detectado un considerable aumento en la demanda de productos saludables, sostenibles y sin alérgenos, pero que mantengan unos valores nutricionales óptimos. Eso se debe a la consolidación de una nueva tipología de consumidor: informado, exigente y con capacidad adquisitiva.

El aumento del consumo extra doméstico, está calculado en los próximos diez años, que será de entre el 30 y el 50%. *"El consumo extradoméstico de alimentos, aumenta cada día más, y también aumentan las necesidades especiales en la dieta. Eso se debe a varios factores: una mayor preocupación por mejorar la salud, una diversificación de filosofías vitales, un interés creciente en cuidar el medio ambiente, y un incremento exponencial de las intolerancias alimentarias"*, asegura **Laura Tedesco**, directora del laboratorio I+D+i de Fleur Du Vie Intelligent Food.

Las nuevas necesidades del consumidor se pueden resumir en:

– **Aumento de intolerancias y deficiencias nutricionales.** Cada día son más las personas que desarrollan alergias e intolerancias alimentarias y/o que desarrollan enfermedades o problemas de salud relacionadas con la alimentación e incluso carencias nutricionales. De hecho, actualmente el 2 % de la población mundial presenta alguna alergia alimentaria y el 10% intolerancias y se prevé que este dato vaya en aumento.

– **Aumento exponencial de vegetarianos y veganos.** Existe una gran parte de la población vegana y vegetariana que demandan una oferta de alimentos ricos en nutrientes y altos en proteínas.

– **Aumento de conciencia sobre la salud y el medio ambiente.** La tendencia por lo saludable y nutritivo es un hecho imparable y cada vez hay más personas que desean comer de forma inteligente, que entiende la diferencia entre comer y nutrirse.

– **Aumento de paladares exigentes.** La cocina está de moda. Para *foodies* y *millennials*, la experiencia culinaria es un placer irrenunciable.

Por estas razones y por el fuerte compromiso medioambiental de Fleur Du Vie Intelligent Food en el marco de su responsabilidad corporativa, se han desarrollado estas soluciones *premium* que permiten enfrentarse de manera eficiente a las nuevas necesidades del consumidor, adaptándose a nuevos modelos de gestión más sostenibles para poder satisfacer las necesidades de unos clientes cada vez más exigentes.

De esta forma Fleur Du Vie Intelligent Food, intenta posicionarse como la primera compañía de alimentación que facilita soluciones diferenciadoras *premium*, vegetarianas, veganas y saludables, a los profesionales de la restauración.

www.fleurduvie.com