

FOODNESS

Olibar s.r.l. è un'azienda alimentare specializzata nella produzione e distribuzione di solubili e semilavorati in polvere, oltre che di zucchero e di condimenti monodose anche a marchio personalizzato.

Olibar si pone come obiettivo quello di innovare il mercato ideando nuove categorie di prodotti, perfezionando quelli già esistenti e ottimizzando i processi produttivi; introdurre il concetto di Wellness nel settore ho.re.ca, ponendo una grande attenzione alle caratteristiche dei prodotti che hanno l'obiettivo di essere non solo il più naturali possibile ma soprattutto attenti alle nuove esigenze salutistiche dei consumatori, comprese le intolleranze alimentari.

Da tutto questo nasce il brand **FoodNess, il primo brand italiano di prodotti "FREE FROM" ad operare nel mercato ho.re.ca.** Il concept di FoodNess deriva dalla consapevolezza che oggi è necessario ascoltare il consumatore finale ed i suoi bisogni per potersi prendere cura di lui. Da ciò derivano prodotti ideati per soddisfare i clienti più esigenti, consapevoli e attenti a ciò che consumano, in casa come al bar, ma anche attenti a particolari regimi alimentari. Dove possibile infatti non contengono glutine, lattosio, sono derivati da materie prime biologiche, non contengono grassi idrogenati ed OGM. Questo per consentire ad un maggior numero di persone di godere del piacere del consumo "fuori casa". Per questo il claim del brand è **TI VOGLIO BENE** inserito all'interno di un cuore.

L'offerta di FOODNESS spazia dai Caffè Speciali, bevande a base di ingredienti funzionali come la curcuma, il ganoderma, il ginseng e il matcha, alle Cioccolate monorigini e BIO, fino alle Creme Freddo come quella al Caffè anche nella versione senza lattosio o quella allo Yogurt nella versione BIO.

In linea con la "filosofia wellness", una delle ultime novità è la gamma **Beauty Lab** che presenta dei prodotti intramontabili come il ginseng e la cioccolata, rivestiti di una nuova funzione che non altera però il gusto e la qualità: l'aggiunta di collagene permette di migliorare l'aspetto e l'elasticità della pelle riducendo le rughe, risultato già visibile dopo solo 20 giorni di assunzione del prodotto.

Sempre attento alle tendenze di mercato, il marchio si distingue per una continua ricerca di nuove proposte e per la formulazione di nuove idee: ultima ma non per importanza è **FOODNESS SERVICE EXPERIENCE**, una linea di prodotti realizzati con partner certificati e affidabili che permette di offrire connettività gratuita all'interno dei bar e un servizio di riconoscibilità e reperibilità online per i bar, che avviene attraverso una personalizzazione di una propria scheda anagrafica sul principale motore di ricerca internet.

Queste sono solo alcune delle proposte e delle idee di un'azienda che negli ultimi anni ha dimostrato non tanto la capacità di stare al passo coi tempi, quanto quella di essere sempre un passo avanti.