



Innovazione e qualità in cucina

Dado-CREMA: Bauer lancia il primo dado in formato crema con ingredienti naturali

Giovanna Flor, Amministratore Unico di Bauer: "Una piccola azienda familiare che ha l'ambizione di competere in un comparto dominato da big player internazionali, puntando sulla qualità e natura"

L'azienda

Bauer è un'azienda italiana specializzata nella produzione di dadi e insaporitori. È nata nel cuore del Trentino, nel 1929, e da questa terra ha raccolto la vocazione alla naturalità. Tutti i preparati Bauer si distinguono per la qualità delle materie prime e la maestria artigianale che ne rispetta sapori e valori, con lavorazioni lente e accurate, senza l'aggiunta di aromi o additivi chimici, nel segno dell'eccellenza. Nata come importatrice di dadi dalla Germania, nel 1933 Bauer inizia a produrre direttamente i dadi per brodo che da allora rappresentano il core business dell'azienda. Era un segmento nuovo per il mercato e Bauer è stato tra i pionieri ad affrontarlo con uno spirito artigianale. Nel 1985 l'azienda lancia il VegetalBrodo, il primo granulare vegetale, gettando così le fondamenta per un nuovo segmento. Un'altra svolta importante arriva nel 2008: Bauer investe per rafforzare il marchio e la distribuzione dei propri prodotti, in un mercato dominato da due multinazionali, creando una rete di vendita proprietaria. Il contesto competitivo particolarmente sfidante ha favorito una forte spinta al miglioramento, per realizzare prodotti sempre più in linea con le esigenze dei consumatori e distintivi rispetto agli altri player. Il concetto di famiglia è parte del DNA Bauer, un'azienda familiare che ha a cuore le famiglie dei consumatori e dei propri collaboratori. Per questo Bauer ha aderito al progetto Family Audit, finalizzato a favorire e sostenere la conciliazione tra vita e lavoro. Oggi l'azienda conta 21 dipendenti e un fatturato di 6,5 milioni di euro.

Bauer

Settore: Alimentare

Sito web: www.bauer.it



L'idea in breve

Da sempre Bauer investe in qualità e innovazione, per realizzare prodotti di eccellenza e avanguardia. L'ultimo arrivato sul mercato è il dado-CREMA Bauer, un dado in crema in tubetto, preparato con oltre il 60% di puree naturali di verdure italiane, che si conserva in frigorifero per tre settimane ed è ideale per preparare ricette di qualità e ottimi brodi.

L'innovazione nel DNA

La passione per la natura, l'artigianalità e la tecnologia percorre l'intera storia di Bauer e si traduce in innovazione. La mission e il DNA di Bauer sono condivisi in azienda: tutte le funzioni (Ufficio Qualità, Ufficio Commerciale, Produzione e Manutenzione, Amministrazione) lavorano in sinergia per garantire prodotti sicuri e di qualità superiore, autorevolezza nel mercato di riferimento, serietà e affidabilità della marca. L'affiancamento con professionisti, istituti di ricerca e agenzie qualificate integra e completa le competenze.

L'obiettivo di Bauer è sempre stato quello di rispondere ai bisogni dei consumatori attraverso prodotti in grado di coniugare al meglio il valore funzionale tipico del settore di riferimento e la qualità intrinseca di prodotto. Per sviluppare prodotti di qualità, superiori dal punto di vista organolettico, buoni e gustosi, l'azienda punta sulla selezione delle materie prime, su lavorazioni lente e delicate e sull'assenza di glutammato, additivi e aromi. A partire dal 2008, Bauer ha anche aumentato i propri investimenti in ricerca e sviluppo per migliorare i prodotti e crearne di nuovi, così come ha investito nell'innovazione di metodi e processi produttivi. È stato un percorso graduale, che ha messo sempre al centro le Persone che lavorano in azienda, per costruire insieme innovazione di prodotto, dei metodi di lavorazione e di organizzazione.

Prodotti di qualità con attenzione alla sostenibilità

Soprattutto negli ultimi anni il Team Bauer si è impegnato per migliorare gli standard di riferimento e raggiungere importanti "certificazioni" da parte di enti terzi qualificati, al fine di garantire qualità e sicurezza senza compromessi. Le certificazioni ottenute riguardano i prodotti, la supply chain e l'attenzione di Bauer per l'ambiente, dalla "Gluten Free" (sui prodotti che lo consentono) alla Product Environmental Footprint (impronta ambientale dei prodotti e dei servizi). Di particolare rilievo è anche la certificazione Leed Gold del 2012 per la nuova sede Bauer, che attesta l'ecosostenibilità degli edifici a un livello mai raggiunto prima da alcun progetto industriale al mondo, con la copertura a verde dello stabile (più di 2.500 mq di impermeabilizzazione naturale) e uno specifico sistema di stoccaggio delle acque meteoriche.

L'attenzione dell'azienda si è concentrata molto sulla ricerca e sviluppo per affinare i prodotti in gamma all'insegna della qualità e, al tempo stesso, creare nuovi prodotti sempre più vicini alle esigenze dei consumatori, con grande attenzione alle materie prime e ai metodi di lavorazione. Uno di questi è il dado-CREMA Bauer. I test di concetto e prodotto condotti hanno dato ottimi



risultati e l'azienda sta ora lavorando per far conoscere il dado in tubetto al mercato e costruire la distribuzione. Negli ultimi anni, proprio con l'obiettivo di ottimizzare la distribuzione, l'azienda ha costruito una rete di vendita proprietaria e ha riorganizzato la produzione, per evadere in modo preciso e veloce gli ordini in forte aumento e mantenere costante l'elevata qualità dei prodotti.

Benefici

Con il dado-CREMA, Bauer è riuscita a sviluppare un prodotto d'avanguardia e di qualità elevata, decisamente distintivo, in linea con i suoi obiettivi. È un prodotto alimentare naturale, sostenibile, fatto in Italia, che punta a una nuova fetta di mercato, più giovane e sempre attenta alla qualità e al mangiar sano. I risultati dell'attitudine all'innovazione che permea l'operare di Bauer sono testimoniati dai numeri: in un mercato che decresce ormai da molti anni, Bauer cresce (volume e valore) e si posiziona al terzo posto dopo Star e Knorr con quote di mercato in costante crescita.