PepsiCo, un programma europeo per scoprire e sostenere brand emergenti

nutrition-greenhouse-112b6be9

PepsiCo ha lanciato un invito rivolto agli imprenditori a partecipare a **Nutrition Greenhouse**, un programma incubatore di collaborazione che ha la finalità di **promuovere la crescita di brand emergenti nell'ambito della nutrizione, della salute e del benessere** nel settore dei prodotti alimentari e delle bevande.

Il nuovo programma si concentra su prodotti rivolti ai consumatori europei e mira a individuare fino a 8 marchi all'avanguardia in campo nutrizionale. **Le aziende selezionate riceveranno finanziamenti e avranno l'opportunità di collaborare con esperti di PepsiCo** provenienti da brand come **Quaker, Alvalle, Naked e Tropicana**; questi partner di PepsiCo lavoreranno con le aziende per aiutarle a realizzare il loro potenziale di mercato. Gli imprenditori i cui brand registrano un fatturato pari o inferiore a 2 milioni di euro sono invitati a informarsi sul programma e a presentare la loro candidatura sul sito **www.nutritiongreenhouse.com** entro il 15 maggio 2017.

Ciascuna delle aziende selezionate riceverà una **sovvenzione di 25mila euro** e sarà ammessa a partecipare al programma incubatore della durata di 6 mesi, con eventi dal vivo e virtuali; il programma prevede tra l'altro la collaborazione con dirigenti la cui competenza nel settore può aiutare tali aziende ad affrontare le sfide immediate che le attendono allo scopo di accelerare la loro crescita sul mercato. Al termine del programma, **l'azienda vincitrice si aggiudicherà un premio di 100mila euro** per continuare la propria espansione.

Il programma PepsiCo Nutrition Greenhouse fa parte dell'impegno di PepsiCo a favorire l'innovazione aperta e a collaborare con gli imprenditori e gli innovatori che stanno contribuendo a plasmare l'industria alimentare e delle bevande. **Juan Ignacio Amat**, Vice President Nutrition per PepsiCo (Europa occidentale e Africa subsahariana) e leader del programma, ha commentato:
"Nel 2006 PepsiCo ha intrapreso un percorso volto a trasformare il modo in cui gestiamo le nostre attività, per essere in grado di realizzare elevati introiti finanziari senza perdere di vista le esigenze

sociali. Questa politica aziendale, che abbiamo chiamato **Performance with Purpose**, pone un forte accento sulla trasformazione della nostra gamma di prodotti e sull'offerta di soluzioni più sane. In base all'obiettivo che ci prefiggiamo, il tasso di crescita delle vendite dei nostri prodotti nutrizionali deve superare l'indice di crescita delle vendite di tutti i nostri prodotti."

"La domanda di **alimenti e bevande più nutrienti** da parte dei consumatori è in continuo aumento e rappresenta un'opportunità estremamente interessante per la nostra industria. Si tratta di un'occasione straordinaria per avvalerci della nostra presenza internazionale e delle nostre risorse per influenzare positivamente il cambiamento; il nostro programma "**Nutrition Greenhouse**" mira a promuovere alcuni tra gli imprenditori più brillanti nel settore degli alimenti e delle bevande."

Jim Andrew, vicepresidente senior Global Strategy e Venturing di PepsiCo, ha aggiunto: "Noi crediamo che le persone di tutto il mondo debbano avere accesso a prodotti nutrienti e convenienti. Perché questo diventi una realtà, è necessario collaborare e desideriamo che le aziende innovative di piccole dimensioni considerino PepsiCo un punto di svolta per ampliare le loro attività. Vogliamo metterci in contatto con imprenditori che condividono la nostra visione di Performance with Purpose per **generare crescita senza trascurare le esigenze sociali**. Lavorando insieme e utilizzando al meglio i punti forti delle nostre organizzazioni, possiamo offrire nuovi prodotti nutrizionali innovativi ai consumatori di tutta Europa."

PepsiCo Nutrition Greenhouse punterà ad aiutare i brand emergenti affinché raggiungano il loro potenziale di mercato, fornendo o**rientamenti in materia di ottimizzazione del marchio, sviluppo dei prodotti, gestione della catena di approvvigionamento, acquisizione di clienti e distribuzione**, oltre ad affrontare questioni critiche per le aziende alle prime armi come la programmazione d'impresa, la strutturazione societaria e la raccolta di fondi.