Tante novità per Furlotti&C

img-prodotti-furlotti-f4fa0a80

Il 2013 di Furlotti&C. inizia con un articolato programma di attività di comunicazione. Il nuovo sito internet www.furlotti.com, pubblicato l'estate scorsa, si è arricchito di contenuti, curiosità e ricette, anche grazie alla collaborazione degli chef della provincia di Parma che regalano ai buongustai spunti e suggerimenti per utilizzare la pancetta in cucina.

Dalla home page del sito, è possibile iscriversi alla newsletter di Furlotti&C. in modo da ricevere il magazine online dell'azienda che contiene, oltre alla ricetta, news sulle attività e sui nuovi prodotti dell'azienda e un osservatorio sull'universo salumi.

Nel sito c'è anche un'area "NUOVI SAPORI" http://www.furlotti.com/nuovi-sapori/ che contiene informazioni sulle linee più nuove e più originali dell'azienda: la linea "BIO" in vaschetta, il "tagliere di formaggi", il Jamon Serrrano e il Pastrami.

Tra le novità di Furlotti&C., anche l'ottenimento della certificazione OHSAS 18001 per la gestione della salute e della sicurezza dei lavoratori. Un traguardo che si aggiunge ad una serie lunga e prestigiosa per l'azienda, che DNV Business Assurance affianca da molti anni nel proprio percorso di miglioramento continuo. Questa certificazione identifica uno standard internazionale (operativo e gestionale) per un Sistema di Gestione della Sicurezza e della Salute dei Lavoratori che contiene i collegamenti necessari per integrare il Sistema di Sicurezza nel più vasto Sistema di Gestione Aziendale.

Chi è Furlotti&C.

Furlotti&C., da oltre cinquant'anni "Quello delle Pancette", è leader a livello nazionale nella produzione di pancette di ogni tipo (arrotolate, coppate e tese) intere o confezionate a dadini. L'azienda è nota anche per la produzione di coppe di Parma, lombi stagionati, prosciutti arrosto, porchette e di una vasta gamma di prodotti di salumeria affettati proposti anche in combinazione con Parmigiano Reggiano e BIO. Negli anni, Furlotti&C si è proposta come partner nella fornitura di prodotti a marchio privato (*private label*) ed a marchio di insegna, che ad oggi rappresentano oltre il 50% del fatturato. Un

dato significativo che si aggiunge agli altri importanti traguardi raggiunti da questa azienda che nel 2012 ha registrato un fatturato di 25,5 milioni di euro in crescita dell’11% rispetto all’anno precedente di cui l’export rappresenta il 23%.