# Friol rilancia la gamma Professional dedicata al canale horeca

1351b1d5-4e27-4117-b2b7-39fc3185104b

Friol completa il percorso di rinnovamento della propria identità visiva estendendo il nuovo design all’intera gamma Professional, dedicata al mondo della ristorazione e del food service. Dopo il restyling della linea consumer, il brand porta anche sul canale professionale un’immagine più moderna, immediata e funzionale, pensata per supportare la scelta degli operatori in base alle specifiche esigenze di utilizzo. L’intervento rafforza il posizionamento premium di Friol e valorizza con maggiore efficacia i punti di forza che da sempre contraddistinguono il marchio: specializzazione nella frittura, qualità delle formulazioni e prestazioni elevate in cucina. Pur mantenendo gli elementi distintivi del brand, come logo e codici colore, il nuovo packaging introduce un linguaggio visivo più contemporaneo e strumenti di comunicazione specifici per il canale professionale.

## Formula Chef al centro del rilancio

Protagonista del rinnovamento è la Formula Chef nel formato da 20 litri, la referenza di punta della gamma Professional, sviluppata per sostenere ritmi di lavoro intensivi e garantire continuità di performance nelle cucine professionali. Il nuovo pack mette ancor più in evidenza la presenza di girasole alto oleico e comunica in modo più immediato i principali vantaggi della formulazione: frigge fino a cinque volte di più rispetto a un olio di girasole standard; presenta un punto di fumo pari a 230°C; contribuisce a ridurre la formazione di schiuma durante la frittura. Caratteristiche che permettono agli operatori di mantenere elevati standard qualitativi anche durante utilizzi prolungati e ad alta intensità.

## In agenda un piano di comunicazione rivolto al trade

Accanto a Formula Chef, con 100% girasole alto oleico, la gamma Friol Professional propone un' **offerta completa**, articolata in diversi formati e formulazioni, per rispondere alle differenti esigenze degli operatori e per garantire la gestione di elevati volumi e continuità operativa nei contesti di utilizzo più intensi: Senza olio di palma; Solo palma bifrazionato.

Con il rilancio della linea Professional, Friol conferma il proprio impegno nello sviluppo del canale horeca, investendo non solo nell'innovazione di prodotto ma anche nel rafforzamento dell'identità di marca e della visibilità dell'offerta presso gli operatori e la distribuzione specializzata. Il progetto, avviato nell'estate 2026, sarà supportato da un **piano di comunicazione dedicato al settore**, con attività rivolte ai professionisti della ristorazione e ai principali interlocutori del trade.