

Warszawa, 25 listopada 2024 r.

**Knorr: 186 lat kulinarnej rewolucji, której serce bije w Poznaniu**

**Gdy słyszysz „Knorr”, myślisz o kostkach bulionowych, Gorącym Kubku, gotowych daniach typu fix i sosach sałatkowych. Marka Knorr, znana i ceniona na całym świecie, ma już 186 lat, a jej produkty trafiają na stół co trzeciej rodziny na świecie. Produkty marki powstają także w fabryce Unilever w Poznaniu – jednym z najnowocześniejszych zakładów firmy w sektorze spożywczym!**

Niedzielny rosół, świąteczna grzybowa, szybki żurek w kubku czy grillowa sałatka – wszystkie te dania łączy to, że ich przygotowanie może być proste, szybkie, a smak satysfakcjonujący, dzięki produktom, które wytwarzane są także w polskiej fabryce. Marka Knorr należąca do Unilever ma w swojej ofercie ponad 5 000 produktów dostępnych na 90 światowych rynkach. Za produkcję nudli czy gotowych dań typu fix tej marki odpowiadają pracownicy z Poznania. Produkty Knorr zrewolucjonizowały gotowanie na całym świecie, a na kluczowych rynkach, na których są obecne, 60% konsumentów ma je w swoich kuchniach.

**Bulionowa rewolucja**

Przygotowanie tradycyjnego bulionu trwa co najmniej godzinę, nie licząc czasu potrzebnego na krojenie i obieranie warzyw. Pojawienie się kostek bulionowych diametralnie zmieniło ten proces. Teraz wystarczy zagotować wodę, by uzyskać smak, który wcześniej wymagał długiego gotowania. Od momentu, gdy Knorr wprowadził pierwszą kostkę bulionową w 1912 roku, kuchnie przeszły prawdziwą rewolucję. Kostka, galaretka czy proszek – bulion w różnej formie stał się stałym elementem w niemal każdym domu, ułatwiając codzienne gotowanie. To mały składnik, który zmienił sposób, w jaki myślimy o gotowaniu – prostszy, szybszy, ale nadal pełen smaku.

*Rocznie produkowanych i sprzedawanych jest ponad 16,1 mln kostek bulionowych Knorr, aby zaspokoić potrzeby globalnego rynku wartego aż 13 miliardów dolarów. Knorr jako światowy lider w tej kategorii, rozumie, jak ważny w wielu kuchniach – w tym polskiej – jest bulion. Jego popularność nie dziwi, biorąc pod uwagę, że stanowi podstawę niezliczonych dań. Jednak tym, co naprawdę wyróżnia Knorr, jest umiejętność dostosowania produktów do lokalnych smaków. W ponad 90 krajach Knorr dostosowuje swoje buliony do lokalnych tradycji kulinarnych i preferencji smakowych* – mówi Ilona Polus, Starszy Kierownik ds. Aktywacji Marki Knorr.

Na obszarach, w których powszechnym zjawiskiem są niedobory mikroelementów, Knorr wzbogaca swoje buliony o określone witaminy i minerały. Na przykład w Etiopii, gdzie jedna na dwie osoby cierpi na niedobór cynku, Knorr ponownie wprowadził na rynek kostki rosołowe z dodatkiem cynku. Ponadto, marka wprowadziła na rynek produkt wzbogacony o witaminę A, który doskonale nadaje się do przyrządzania gulaszu z ciecierzycy shiro wat, podstawowego dania w tym kraju.

**Smak, który kochają wszyscy**

Za sprawą produktów Knorr – czy to kostek bulionowych, gotowych mieszanek przypraw, sosów sałatkowych, produktów w torebkach – zarówno dań rodzinnych (FIX), jak też indywidualnych porcji, jak w przypadku Gorącego Kubka – nadajemy daniom wyrazisty smak. To wsparcie nie tylko dla amatorów codziennego gotowania, ale także dla profesjonalnych szefów kuchni.

*Wiemy, jak ważną rolę marka Knorr odgrywa w kuchniach na całym świecie, dlatego nieustannie dążymy do rozwoju nowych rozwiązań, nowych smaków i form, które jeszcze bardziej usprawnią proces gotowania. Co roku wprowadzamy około 65 innowacji i udoskonaleń, koncentrując się na najlepszych daniach na kluczowych rynkach. Wszystkie dane wskazują, że obrany przez nas kierunek jest słuszny. Ostatnie trzy lata – 2021-2023 były dla nas czasem absolutnie historycznego wzrostu, który zawdzięczamy wynikom osiągniętym zarówno w sprzedaży detalicznej (70%), jak i Unilever Food Solutions (30%), czyli profesjonalnych kuchni* – podkreśla Michaela Franekova, Nutrition EE Lead & Platform Lead Dressings Europe.

**Polska produkcja**

*To, co szczególnie napawa nas dumą, jest fakt, że produkty marki Knorr – takie jak nudle, pyszne zupy z naturalnych składników czy gotowe dania - produkowane są w Polsce już od wielu lat. Właśnie w Poznaniu bije serce jednej z największych i najnowocześniejszych fabryk Unilever w sektorze spożywczym – Nutrition. Zakład ten wyróżnia się na tle innych europejskich fabryk Unilever nie tylko pod względem szerokiego portfolio wytwarzanych produktów, ale także osiągając imponujący tonaż produkcji. Co miesiąc wytwarza około 10 tysięcy ton żywności, które dystrybuowane są na rynki całego świata* – mówi Przemysław Fejfer, dyrektor fabryki Unilever w Poznaniu.

Rola polskiej produkcji w rozwoju marki w Europie jest niekwestionowana i wynika z wysoko wykwalifikowanej kadry, dużego doświadczenia, ale również innowacji technologicznych. Wciąż trwają prace, mające na celu rozbudowę tej części biznesu Unilever w Polsce m.in. poprzez tworzenie nowych linii produkcyjnych czy wykorzystanie zaawansowanej technologii.

Firma dąży do zwiększenia przepustowości, efektywności i stałego rozwoju fabryki, które zapewnią jeszcze większe możliwości rozwoju marki Knorr, ale też powstania nowych produktów.

**Potęga, która wciąż rośnie w siłę**

Knorr od 186 lat pozostaje niekwestionowanym liderem globalnego rynku bulionów, trafiając do konsumentów w 90 krajach świata. Szczególnie w ostatnim czasie marka dostrzega wzrost zainteresowania konsumentów z pokolenia Z oraz Y, ze względu na ich szybkie tempo życia, potrzebę uzyskiwania smacznych potraw w trybie instant.

Marka Knorr przekroczyła granicę 5 mld euro rocznego obrotu, co też sprawia, że jest ona drugim co do wielkości brandem Unilever. A według Kantar jest to także piąta najczęściej wybierana marka konsumencka na świecie, co także podkreśla jej potencjał do wzrostu. Tajemnicą przepisu na rosnący sukces marki Knorr jest to, że na całym świecie co minutę sprzedawanych jest 600 kostek bulionu. Dlaczego bulion jest hitem sprzedaży na całym świecie? W opinii Franka Haresnape, globalnego wiceprezesa Knorr, najważniejsze jest dotrzymywanie kroku trendom żywieniowym oraz potrzebom i gustom konsumentów. „Jesteśmy globalną marką zakorzenioną w najlepszych regionalnych daniach. Głęboka wiedza na temat lokalnych rynków pozwala nam opracowywać produkty odpowiadające potrzebom ludzi na całym świecie” – komentuje Frank.

\*\*\*

**O Unilever:**

Unilever jest jednym z wiodących, światowych dostawców produktów Beauty & Wellbeing, Personal Care, Home Care, Nutrition i Ice Cream, który prowadzi sprzedaż na terenie 190 krajów, docierając do 3,4 miliarda konsumentów dziennie. Zatrudnia 100 000 pracowników. Przychody ze sprzedaży w 2023 r. wyniosły 59,6 mld euro.

Więcej informacji o Unilever i naszych markach można znaleźć na stronie [www.unilever.com](http://www.unilever.com) i [www.unilever.pl](http://www.unilever.pl)

**Kontakt dla mediów:**

**Kinga Woźniakowska**

[**Kinga.wozniakowska@38pr.pl**](mailto:Kinga.wozniakowska@38pr.pl)

**T: 663 416 733**