



DOSSIER DE PRENSA
2017

“Somos expertos en la elaboración de alimentos mediterráneos, sanos y frescos. Ayudamos al consumidor a mantener una dieta equilibrada con productos que le permitan disfrutar del día a día, en cualquier lugar y en cualquier momento”.



QUIÉNES SOMOS

1. Nuestra historia

La familia Ballester-Martinavarro, fundadora de la compañía, fue pionera en 1946 en exportar a toda Europa el sabor del Mediterráneo. Con esa experiencia, apostamos en el año 2000 por ofrecer a los consumidores de nuestro país productos saludables, en formatos prácticos y fáciles de consumir. Así nace Verdifresh, experta en la elaboración de ensaladas listas para tomar y verduras frescas y saludables.

Entre 2003 y 2007 pusimos la alimentación y el estilo de vida mediterráneo al alcance de un mayor número de consumidores y desde los centros de producción ubicados en Valencia, Málaga, Burgos y Tenerife llevamos la frescura de nuestros productos a todo el territorio español.

En 2010 fusionamos nuestro espíritu innovador con la experiencia acumulada para elaborar un nuevo concepto de productos basados en el equilibrio nutricional. Desde entonces ofrecemos soluciones específicas de nutrición para niños y deportistas y distintos momentos de consumo elaboradas en nuestra planta de Carlet (Valencia).

En 2013 iniciamos la producción de nuestros propios vegetales junto al Mediterráneo, lo que nos permite controlar el origen y asegurar la máxima frescura, calidad y variedad al consumidor.

Desde 2016 llevamos nuestra gama de productos saludables desde el Mediterráneo al resto del mundo. Reforzamos nuestro compromiso con la alimentación saludable y desarrollamos nuevos productos y formatos que dan respuesta a las tendencias de consumo actual.

2. Nuestros principios

Tenemos una misión: crecer respondiendo a los gustos y necesidades de los consumidores. Por eso nos hemos impuesto como objetivo ser líderes en seguridad, calidad, servicio, competitividad e innovación. Y todo ello enmarcado en una estrategia de responsabilidad con consumidores, clientes, empleados, proveedores, la sociedad en su conjunto y el accionista.

3. Nuestra actividad

Contamos con un área de **productos frescos, directos del campo o listos para consumir**, y otra dedicada a la **nutrición** (tarritos, fruta de bolsillo y postres lácteos en formato *pouch*).

Producimos más de **40 tipos de verduras, hortalizas y hierbas aromáticas** que cuidamos y mimamos desde la semilla para que lleguen en condiciones óptimas al consumidor final. Preparamos, lavamos y envasamos esos mismos ingredientes directos del campo para ofrecer productos prácticos a aquellos que quieren mantener una alimentación sana. Contamos con más de **30 referencias** de productos listos para consumir que abarcan desde **ensaladas en barqueta a smoothies** y más de **90 referencias de tarritos, fruta de bolsillo** y postres lácteos en formato *pouch* en el área de nutrición.

LAS RAZONES DE NUESTRO ÉXITO

1. SOMOS PRODUCTORES

Con semillero propio

Cultivamos nuestros propios vegetales y hortalizas desde la semilla. En 2016 **cultivamos y trasplantamos 182 millones de plantas**. En conjunto cuidamos de **más de 300 variedades de semillas** con la máxima calidad, siempre respondiendo a los criterios de sostenibilidad y eficiencia de los recursos.

Con campos de cultivo propios en 7 provincias

Contamos con **más de 5.000 hectáreas de cultivo** distribuidas en un total de **23 fincas agrícolas** ubicadas en las provincias de Valencia, Alicante, Murcia, Almería, Albacete, Granada y Tenerife, lo que nos permite garantizar la producción agrícola los 365 días del año. Una garantía de suministro que se ve reforzada con la existencia de **más de 160 hectáreas de invernaderos** multi-capilla y multi-túnel para abastecer a nuestros clientes y consumidores incluso en situaciones climatológicas adversas.

Durante 2016 alcanzamos **una producción agrícola superior a los 100 millones de kilos**, distribuidos directamente a nuestros clientes nacionales e internacionales o llevados a nuestros centros para su procesado. En el último año hemos incorporado **cultivos innovadores** que se adaptan a los gustos del consumidor actual como **el kale, el bimi, el calabacín redondo, la rúcula y los canónigos**. En conjunto, cultivamos más de 40 variedades de verduras, hortalizas y hierbas aromáticas.



Con plantas de producción propias, punteras en tecnología

Disponemos de seis plantas de producción, que suman más de 50.000 metros cuadrados de superficie industrial, ubicadas estratégicamente en la península y en las Islas Canarias. Desde ellas, suministramos diariamente un millón de unidades de producto cumpliendo con los más rigurosos controles y certificaciones de calidad.



El **volumen de producción** de nuestras plantas y campos superó los **145 millones de kilos** durante el ejercicio de 2016. De ellos, 100 millones de kilos se corresponden a verduras y hortalizas frescas que llegan a los lineales de los supermercados directamente desde nuestros campos.

Producimos **159 millones de unidades de bolsas y barquetas de ensalada y 27 millones de tarritos** infantiles y *pouches* de frutas y verduras o postres lácteos.

Nuestras plantas de procesado se encuentran en Riba-roja (Valencia), Antequera (Málaga), Aranda de Duero (Burgos), Granadilla de Abona (Tenerife) y Dolores de Pacheco (Murcia).

Con el mejor equipo

En 2016 el crecimiento de las distintas áreas de negocio de la compañía ha permitido aumentar la plantilla en 242 personas (+12,7%), hasta alcanzar la cifra de **2.145 empleados**.



En la división industrial, nueve de cada diez personas (90,6%) disponen de un contrato indefinido y más del 95% trabajan a tiempo completo en la compañía. En la división agrícola la práctica totalidad de los trabajadores (99,1%) está contratado a tiempo completo y el 82% del total cuenta con un contrato indefinido. Las mujeres representan el 60% de la plantilla total.

Apostando por el empleo estable y de calidad

En el último ejercicio hemos destinado **2,2 millones de euros a bonus y beneficios sociales** entre nuestros trabajadores y se ha promocionado a 22 personas. Además, durante 2016 el **100% de la plantilla ha recibido algún tipo de formación** adaptada a su puesto o potencial de desarrollo. Más de 300 cursos y programas que han supuesto una **inversión de más de 600.000 euros** para mejorar su cualificación y potenciar el desarrollo de la plantilla.

Un objetivo para el que se ha estructurado un innovador abanico de programas de formación para potenciar los conocimientos, las habilidades y el bienestar de nuestras personas. De entre todos ellos destacan el **Grado GAC**, reconocido con varios premios como una de las iniciativas más innovadoras en España para impulsar el desarrollo profesional de los empleados, y la **plataforma MyGAC**, un potente software específico para la gestión de los recursos.

Con los mejores aliados, nuestros proveedores

En 2016 trabajamos con **245 proveedores homologados** que nos proporcionaron semillas, materias primas, envases y otros materiales o ingredientes necesarios para nuestra producción. La mayor parte de las compras, unas **40.000 toneladas de materia prima agrícola** destinadas en su mayoría a las ensaladas preparadas y las barquetas, se han realizado a 50 productores con los que existen acuerdos a largo plazo. El 95% de la materia prima adquirida a estos proveedores es de origen nacional.

Para proveernos de semillas contamos en 2016 con acuerdos estables con 22 proveedores nacionales e internacionales que nos han permitido mantener el suministro constante de las explotaciones. Esto se ha traducido en la compra de 3.600 millones de unidades de semillas y el cultivo de 300 variedades diferentes de vegetales y hortalizas. .

Para la elaboración de nuestros productos de nutrición hemos comprado más de 8.000 toneladas de puré de fruta y lácteos a un total de 55 proveedores. También hemos adquirido cerca de 7.000 toneladas de envases y otros productos industriales.



Con una estrategia responsable

Estamos comprometidos con la **defensa del medio ambiente**, el fomento de los hábitos saludables y el apoyo a diversas causas solidarias. Entre otras actividades, nuestra **estrategia responsable** se ha traducido un año más en la colaboración con los **Bancos de Alimentos** de diferentes ciudades de la Comunidad Valenciana, Cataluña, Madrid, Canarias, Andalucía y Castilla y León para ayudar a las personas con riesgo de exclusión social y, de manera especial, a los menores. También hemos mantenido la colaboración con Cáritas y Cruz Roja en la Región de Murcia. En total **hemos donado en 2016 más de 150.000 unidades de productos** procesados y **40.000 kilos de verduras y hortalizas frescas**.

El deporte ha sido otro de los vehículos de nuestro compromiso social. Más de 300 empleados han participado a lo largo del año en carreras y marchas solidarias patrocinadas por la compañía para fomentar la vida saludable y apoyar distintas ONG y causas solidarias.

2. SOMOS MEDITERRÁNEOS

Nuestros productos nos hacen únicos

El surtido de productos de la compañía refleja nuestros valores: excelencia, pasión y honestidad, por un lado, y salud, bienestar, vitalidad, innovación, optimismo y mediterráneos, por otro. El resultado es una amplia gama de productos sanos, fáciles, cómodos de utilizar y pensados para atender las necesidades más exigentes de cualquier consumidor.



Verdifresh es el sello de calidad con el que nos acercamos a los consumidores en España y **Sun&Veg's** la marca con la que nos distinguimos internacionalmente. Comercializamos **más de 150 referencias** de producto, de ellas, casi la mitad pertenecen a la gama de frescos. En 2016 lanzamos al mercado más de 50 nuevas referencias.

Nuestros productos llegan a **más de 5 millones de hogares en España**, lo que nos ha permitido alcanzar una cuota de mercado cercana al 50% en el segmento de hortalizas frescas y preparadas para consumir y del 70% en los productos de formato *pouch*.



El smoothie Mascletá de Verdifresh ha sido elegido como la bebida más exitosa de 2016, según el “Radar de la Innovación 2016” de la consultora Kantar Worldpanel.

Somos tendencia

Atentos a las nuevas necesidades y gustos de los consumidores, hemos respondido a estas demandas en 2016 con productos innovadores y de calidad, con **nuevos formatos y mejoras en la presentación y el uso**. Algunos de los más destacados han sido los siguientes:



Kale: este superalimento, cultivado en nuestros campos de la costa mediterránea y Canarias, rico en hierro y vitaminas y con un alto contenido de fibra y calcio, ha sido uno de los grandes lanzamientos del ejercicio en la categoría de listos para consumir.



Calapasta: una innovadora alternativa sana y divertida a la pasta tradicional apta para veganos consistente en espirales de calabacín, con solo 22 kilocalorías por cada 100 gramos de verdura fresca. El innovador envase, diseñado para su utilización en microondas, incluye una válvula para cocinar al vapor sin tener que perforar el film.



Tabulé: refrescante ensalada de cuscús con verduras frescas, uvas pasas y vinagreta de menta y limón que se presenta en un novedoso vaso de 240 gramos. Los ingredientes, que no son sometidos a ningún proceso de congelación o pasteurización, permiten ofrecer un novedoso producto sano y completamente natural.



Ensatún: una nueva ensalada de la categoría listos para consumir que incluye por primera vez pescado con una deliciosa combinación de lechugas, tomate cherry, maíz, mozzarella, aceitunas verdes, aceite, vinagre y sal y que solo aporta 156 kilocalorías por cada 100 gramos.



Smoothies: nuevos combinados naturales de verduras y frutas con ingredientes especiales, como guaraná, té matcha o proteína de guisante, ideales para tomar en cualquier parte y en cualquier momento. Estos productos solo contienen ingredientes naturales, sin añadido de sabores artificiales, azúcares ni conservantes. El envase es innovador, flexible, ligero y fácil de llevar en el bolso a la oficina, el gimnasio o el parque.

La innovación ha sido la clave en nuestra compañía para dar respuesta a las nuevas **tendencias** en el sector de la alimentación -impulsadas por nutricionistas, chefs y referentes del mundo de la cultura y el espectáculo- y los cambios sociales en los **hábitos de consumo**. Sabemos que la innovación es la clave para seguir creciendo.

En 2016 hemos incrementado nuestro surtido hasta superar las 150 referencias. Un total de 90 referencias corresponden a productos del área de nutrición que se distribuyen en España y en importantes cadenas de distribución internacionales de Estados Unidos, Alemania, Brasil, Reino Unido, o Portugal.

Somos dinámicos

Somos dinámicos, estamos en continuo desarrollo. Un desarrollo que hemos logrado ampliando nuestro número de referencias y que se ha visto recompensado con un incremento de las ventas en todas las áreas de negocio. La cantidad de productos frescos directos del campo al lineal ha sido un 6% mayor que en el año anterior. En total, **188 millones de unidades de hortalizas y verduras vendidas**.

Los productos frescos listos para consumir también han registrado un significativo crecimiento del 3%. Un porcentaje que ha elevado hasta los **159 millones las bolsas y barquetas de ensaladas vendidas** en 2016.

La solidez de nuestro desarrollo también se ha visto reflejada en los productos de nutrición. Tan solo en el segmento de **smoothies**, un innovador producto que se ha convertido en tendencia, se han vendido **4,6 millones de unidades en el primer año de lanzamiento**.

Unas ventas que también han aumentado en los segmentos de **tarritos infantiles y pouches**, donde se han comercializado un total de **27 millones de unidades vendidas** en un año, lo que representa un aumento anual del 15%.

3. ESPÍRITU INNOVADOR, EFICIENCIA OPERATIVA

Nuestro foco está puesto en el cliente. Por eso buscamos hacer las cosas de una manera diferente y apostamos por la innovación constante y la mejora continua para alcanzar la eficiencia operativa. Repensamos a diario la eficiencia de nuestros formatos, procesos, métodos de funcionamiento y tecnología.



Espíritu innovador

Trabajamos la innovación de manera transversal y de forma integral con la colaboración de todos los actores que participan en el producto. Contamos con **inversión anual en I+D+i de más de 2 millones de euros y con un equipo multidisciplinar**, dedicado en exclusiva a la innovación, **de 25 personas**. Ello nos permite detectar en tiempo real las necesidades que reclama el consumidor, introducir soluciones totalmente novedosas en el mercado y atender a **más de 30 clientes en 20 países diferentes de Europa y América**.

Eficiencia operativa

Buscamos hacer las cosas de una manera diferente, aprovechando todo el potencial y los recursos -humanos y técnicos- de las distintas unidades de la compañía, lo que nos permite integrar procesos y buscar siempre la máxima eficiencia.

La **innovación continua** la aplicamos tanto en la producción agrícola como en nuestras plantas de procesado para ofrecer productos sanos y mediterráneos de calidad a los precios más competitivos.

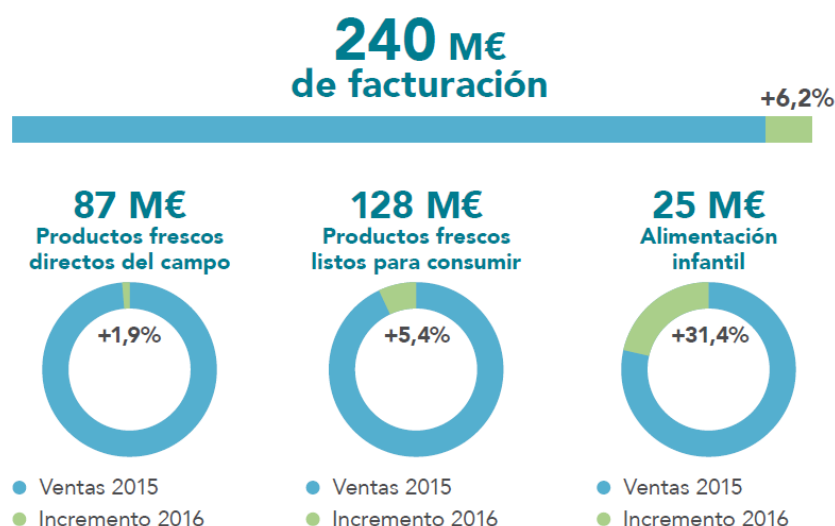
La eficiencia nos ayuda a ser también más sostenibles en nuestro día a día. Así, en base a la **economía circular**, buscamos optimizar todos los recursos y procesos aprovechando las sinergias en nuestras diferentes áreas de negocio.

El ciclo de vida de nuestro brócoli es un ejemplo: aquellas piezas de brócoli que difieren en tamaño o peso al estándar para ser vendido en pieza, se envían a las plantas de procesado y se utilizan como materia prima para las bolsas de **floretas de brócoli de Verdifresh**. Así, aprovechamos todos los recursos, somos más sostenibles y a la vez más competitivos.



Crecimiento sostenible

En 2016 Grupo Alimentario Citrus ha facturado **240 millones de euros** gracias a sus dos áreas de negocio: productos frescos listos para consumir o directos del campo, y nutrición. El volumen de facturación supone un crecimiento del 6,2% respecto al año anterior. El grupo, que cuenta con una plantilla de **2.145 trabajadores** (+12,7%), ha vendido a lo largo del ejercicio **374 millones de unidades** de producto en **20 países** diferentes.



La venta de **productos frescos** supone casi el **90%** de la facturación, mientras que los alimentos de **nutrición** representan el **10%** restante. En conjunto el 9% del volumen de negocio corresponde a las ventas en mercados internacionales.

Dentro de las distintas áreas de negocio, la división de **nutrición** ha sido la que mayor crecimiento ha experimentado con una facturación de casi **25 millones** de euros y un aumento respecto al año anterior del 31,4%.

La facturación de productos **frescos listos para consumir** ha alcanzado la cifra de **128 millones de euros**, con un incremento del 5,4% respecto a 2015; mientras que los productos **frescos directos del campo** al consumidor (área agrícola) han registrado un volumen de negocio superior a los **87 millones** de euros, lo que ha supuesto un aumento del 1,9% sobre el año anterior.

Inversión para seguir creciendo

La trayectoria de crecimiento sostenido, que nos ha situado entre los principales grupos agroalimentarios del país, se ha afianzado en 2016 con una **inversión anual de 8,7 millones de euros** destinados a mejorar la eficiencia de nuestros procesos, aumentar la productividad y renovar equipos, así como diversificar y ampliar nuestra gama de productos. Desde la creación del Grupo en el año 2000, Verdifresh ha invertido más de 160 millones de euros en plantas de producción, campos de cultivo y proyectos de investigación y desarrollo.



Durante el último ejercicio hemos impulsado el proyecto de desarrollo del **Centro de Investigación Agrícola de Montserrat** (Valencia), que contará con una zona de I+D para la realización de ensayos en condiciones controladas de clima y en campo abierto, con una inversión de 1,36 millones de euros.

También hemos fortalecido la apuesta por la innovación y el crecimiento con una inversión de **3 millones de euros** en la construcción de una **sala blanca en la planta de Antequera**. Unas instalaciones de última tecnología que nos permiten confeccionar los *topping* de ingredientes de todas las barquetas de ensaladas que producimos.

La **planta de Ribarroja (Valencia)** también ha experimentado durante el pasado ejercicio una importante mejora en las áreas de producción y logística, con la introducción de una nueva línea de mayor capacidad para el procesado de barquetas de ensalada, que ha permitido incrementar la producción de estas referencias en un 70%. La remodelación y ampliación del almacén de la planta ha dotado a estas instalaciones de una mayor versatilidad y agilidad logística. Las mejoras, que han llevado la planta a su máximo rendimiento, han supuesto una **inversión de cerca de 1,5 millones de euros**.

Finalmente, la **planta de Carlet (Valencia)**, que empezó a funcionar en 2015 con dos líneas de *pouch*, también ha visto aumentada su capacidad de producción en 2016 con una **inversión adicional de 1,7 millones de euros**, que se suman a los 21,5 millones ya destinados a esta factoría única en España. La nueva línea de producción de *pouches* ha **permitido aumentar la producción de la planta en un 20%**.



Valencia, a 1 de junio de 2017.

Más información:

Mariola Filgueira
e. mariola.filgueira@gac.es
m. +34 608 307 402

María Laguna
e. mlaguna@gac.es
m. +34 608 924 480