

Día Mundial de la Alimentación

Danone apuesta por la innovación para conectar con nuevas tendencias de alimentación como el flexitarianismo

- **Danone invierte cada año más de 5 millones de euros en I+D para mejorar sus productos o desarrollar nuevos atendiendo a las tendencias y necesidades de los consumidores, como el flexitarianismo.**
- **En el Día Mundial de la Alimentación, la compañía subraya que, detrás de sus cerca de 40 innovaciones lanzadas en 2023, ha realizado más de 100 tests de producto con más de 8.000 consumidores y ha contactado a más de 19.000 personas.**
- **El compromiso de Danone con la innovación y la ciencia se traslada a nivel global donde cuenta con un equipo de más de 1.700 científicos, un centro global con dos sedes (Utrecht y París-Saclay), 6 hubs especializados como el Centro de Innovación Tecnológica en Madrid y 55 delegaciones locales, entre las que destaca el Centro Carasso situado en Barcelona.**

Barcelona, 16 de octubre de 2023.- En línea con su compromiso por **aportar salud a través de la alimentación en todas las etapas de la vida**, Danone apuesta por la investigación y la ciencia invirtiendo cada año más de 5 millones de euros en I+D para la **constante mejora de los perfiles nutricionales de sus productos**, que ha llevado a la compañía a celebrar un gran hito con la reformulación de su portfolio infantil para alinearla a los criterios nutricionales de la OMS en materia de azúcares, siendo la primera empresa en conseguirlo. Además, la compañía también invierte en el **desarrollo de nuevas propuestas**, atendiendo a las tendencias y necesidades de sus consumidores y pacientes, como el flexitarianismo.

Fruto de este esfuerzo, Danone ha desarrollado un **portfolio de alimentación saludable y 100% flexitariano presente en todas las etapas de la vida**, ofreciendo una amplia diversidad de opciones donde animal y vegetal conviven para ofrecer lo mejor de los dos mundos. Ejemplo de ello es la **primera leche de fórmula flexitariana**, Almirón Nature, que cuenta con una mayor cantidad de ingredientes de origen vegetal al estar compuesta por un 60% de proteína vegetal y un 40% de proteína láctea, el amplio portfolio que la compañía posee en la categoría de **yogures y alternativas vegetales** bajo sus marcas Danone, Activia, Actimel, Danacol y Alpro, entre otras, o el **primer y único suplemento de nutrición oral completamente vegetal** que combina la experiencia histórica de Nutricia de más de 125 años, con el desarrollo de soluciones nutricionales con base vegetal para que, cuando las personas necesitan apoyo nutricional médico, no tengan que comprometer sus preferencias de estilo de vida.

El flexitarianismo es un patrón alimentario saludable, sostenible y con mayor consciencia del impacto de lo que comemos en el planeta. Por eso, tal y como explica **Suelen Souza, directora de Nutrición en Danone Iberia, coincidiendo con el Día Mundial de la Alimentación**, *“cada vez somos más conscientes del impacto de nuestras decisiones. Por eso, nos esforzamos por ofrecer los mejores alimentos a nuestros consumidores y pacientes, tanto para su salud como para la del*

planeta, trabajando desde la innovación, la ciencia y la investigación para transformar nuestra cadena de valor y ofrecer una amplia variedad de opciones para cada momento de consumo”.

Según datos del último Informe de Consumo Alimentario en España¹, **el 41% de los ciudadanos son flexitarianos** porque realizan una **ingesta menor de carne**, es decir, la consumen menos de 6 veces a la semana. Aunque no restringen la ingesta de productos de origen animal, realizan un **menor consumo de productos cárnicos que el promedio poblacional**. Además, el **60%** de los consumidores ya ha introducido **alternativas vegetales** a los lácteos en su dieta y un **98%** las combina con productos lácteos de origen animal². Un dato destacable es que el flexitarianismo ya se está introduciendo en las pautas alimenticias infantiles en el **25% de los hogares**³, donde ya se contemplan alternativas de origen vegetal en niños de 1 a 2 años, y el 69% de los padres quieren que sus hijos coman más alimentos de origen vegetal como parte de una dieta y un estilo de vida más saludable³.

Innovación: la palanca para aportar valor

Danone lleva más de 100 años acompañando a consumidores y pacientes con productos innovadores y de la máxima calidad. Gracias a su cercanía con los hogares y su amplia experiencia en fermentos, probióticos, leche materna y nutrición especializado, Danone sigue presente en los hogares españoles acompañándolos en su **alimentación esencial diaria** como ya lleva haciendo durante tres generaciones.

Actualmente, los segmentos de productos lácteos **altos proteínas**, productos **vegetales** y la salud digestiva con propuestas como el **kéfir** están en auge. En el caso de la categoría de proteínas crece en 2022 un 81% más que el año anterior; el kéfir, lo hace a triple dígito (+136%) y se encuentra en el top 3 de categorías con mayor crecimiento y, en los últimos 4 años, el segmento vegetal ha duplicado su valor en opciones naturales, llegando a representar más de un 20%.

Para dar respuesta a estas nuevas tendencias, en 2023 Danone ha lanzado al mercado cerca de 50 nuevas propuestas como una gran ampliación del portfolio de **YoPRO**, como los nuevos YoPRO shots y nuevas propuestas de postres, principal dinamizador de la categoría, con puddings y mousses para los deportistas y con una nueva gama **Danone Proteína** para toda la familia. Además, bajo su marca Activia, Danone presenta un kéfir bebible y lanza nuevas propuestas naturales como **Alpro natural hecho a base de soja** y una nueva gama de **Danone Griegos**.

“Ser líderes del sector nos obliga a ser ambiciosos y exigentes y nuestro objetivo es seguir siendo la marca de referencia en los hogares. Para ello, trabajamos desde la ciencia y la investigación, que están en nuestro ADN desde nuestros orígenes, con un equipo de más de 1.700 científicos ubicados en 1 centro global con 2 delegaciones París-Saclay, especializado en fermentos, microbiota y agua mineral y Utrecht, centrado en desarrollar productos de nutrición especializada y leches infantiles, dónde. Además, contamos con 6 hubs especializados como el Centro de Innovación Tecnológica que tenemos en Madrid -un centro clave para el desarrollo de los productos altos en proteína de Danone-, y 55 delegaciones locales, entre las que destaca el centro Carasso de Barcelona dedicado a la investigación y desarrollo de productos, fermentos y packaging”, explica Souza.

NOTA DE PRENSA

Estas innovaciones vienen precedidas de más de 100 catas de producto con más de 8.000 consumidores en 2022, y más de 19.000 contactos con consumidor a través de escucha activa, con más de 14.000 propuestas de mejora y mensajes de agradecimiento recibidos. En concreto, en la categoría **plant-based**, en el último año y medio, se han realizado hasta 15 estudios de consumidor, incluyendo análisis de conocimiento de la categoría, de marca o de mercado.

Acerca de Danone

Danone es una compañía global líder en alimentación y bebidas, que opera en cuatro categorías que están centradas en la salud, en pleno crecimiento y que son tendencia: productos lácteos, alternativas vegetales, aguas y nutrición especializada. Con la misión de aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas posible, Danone tiene como objetivo promover hábitos de alimentación e hidratación más saludables y sostenibles, al tiempo que se compromete a generar un impacto positivo y tangible en materia nutricional, social y ambiental. Danone está enfocado en impulsar el crecimiento, la competitividad y la creación de valor a largo plazo para todos sus partners: consumidores, clientes, proveedores, accionistas y sus más de 100.000 empleados. Con productos presentes en más de 120 mercados, Danone alcanzó en 2021 una facturación de 24.200 millones de euros. En España, Danone da empleo a 2.000 trabajadores, tiene plantas de producción e instalaciones productivas en diferentes localizaciones de España y abastece anualmente a alrededor de 14 millones de hogares. En 2022, Danone Iberia se ha recertificado por tercera vez como la empresa B Corp de alimentación de mayor tamaño con mejor puntuación, por cumplir con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad. Para 2025, Danone aspira a convertirse en una de las primeras empresas multinacionales en obtener la certificación global B Corp™. Para más información: www.danoneespana.es; Twitter: [@danone_es](https://twitter.com/danone_es); Instagram: [danone.es](https://www.instagram.com/danone.es); LinkedIn: [Youtube](https://www.linkedin.com/company/danone).

Para más información

Equipo Comunicación Danone
communications.spain@danone.com

Para más información APPLE TREE

Judit Agudo / Cecilia Ossorio
Mobile +34 647230850 / +34 680225712
danonecomms@homeatc.com

Referencias:

1. Informe MAPA de Consumo Alimentario en España 2021
https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/informe-consumo-alimentario-2021-baja-res_tcm30-624017.pdf
2. Informe AECOC 'El consumidor de alternativas vegetales a los lácteos'. <https://www.aecoc.es/estudio/el-consumidor-de-alternativas-vegetales-a-los-lacteos/>
3. OnePoll. Survey of 2000 Parents of Children Aged 5-17, Conducted Feb 2021.