



## Danone refuerza su apuesta por el canal Fuera del Hogar para consolidarse como un partner de referencia para sus clientes

- Danone lidera el canal Fuera del Hogar con más de 103.000 puntos de venta en España y se convierte en el país europeo más relevante para el Grupo y el segundo a nivel global
- La compañía ha sido reconocida por AECOC Monitor Horeca Organizada en el Top2 de fabricantes referentes por su trato comercial para los operadores del canal
- Con un porfolio amplio y versátil, Danone se ha consolidado en las categorías de productos lácteos, plant-based y aguas en el canal fuera del hogar

**Madrid, 10 de marzo de 2024**– [Danone](#) ha presentado durante HIP 2025 (Horeca Profesional Expo) su nueva estrategia en el Canal Fuera del Hogar: una propuesta más sólida y robusta a través de la cual la compañía ofrece un porfolio completo y de alto valor añadido que se ajusta perfectamente a las necesidades de cada subcanal para dar respuesta a las tendencias en auge: salud, naturalidad y sostenibilidad. Todo ello con un modelo que integra sus tres categorías: productos lácteos esenciales, productos vegetales y aguas. De esta forma la compañía **sigue innovando para reforzar su experiencia en los más de 103.000 puntos de venta fuera del hogar a los que sirve anualmente a través de todas sus marcas.**

En este contexto, así como el compromiso con sus clientes y distribuidores, Danone también ha presentado [la primera web dedicada en exclusiva al canal Fuera del Hogar](#). Su objetivo principal es generar una mejor experiencia a los clientes, a través de todas las marcas, ofreciendo recetas desarrolladas por chefs, baristas y cocteleros de referencia y consejos clave para su día a día: desde aspectos ligados a producto hasta soluciones adecuadas para sus negocios.

Esta apuesta por el canal Fuera del Hogar posiciona a España como el país más relevante para la compañía en el canal Fuera del Hogar a nivel europeo y el segundo a nivel global. Además, Danone España ha sido reconocida por AECOC Monitor Horeca Organizada en el Top2 de trato comercial, poniendo en valor su cercanía con los clientes. Este liderazgo es posible, principalmente gracias al trabajo de una fuerza de ventas especializada que mantiene un foco claro en los distintos territorios de este canal: Horeca, hospitales, colegios, *travel*, residencias y *business & industry*, entre otros.

*“Nuestro enfoque del Canal Fuera del Hogar se basa en la creación de valor, la cercanía y colaboración con nuestros clientes, la colaboración con los mejores expertos, la capacidad de generar experiencias, de diferenciarnos y de que el consumidor final disfrute. Sobre esta base, somos un aliado clave capaz de brindar un porfolio muy amplio y versátil, tanto en formatos como en propuestas con marcas líderes, innovadoras y muy reconocidas”,* ha señalado **Roberto del Barrio, director de Nuevos Canales y Fuera del Hogar de Danone Iberia.**



## Un amplio porfolio consolidado en el canal fuera del hogar

La apuesta de Danone por el canal fuera del hogar riega a todas las categorías de la compañía, ofreciendo un porfolio completo tanto en formatos como en propuestas. Con Alpro, Danone **se ha consolidado como líder en la categoría de bebidas vegetales en el canal Fuera del Hogar, convirtiéndose en punta de lanza del crecimiento del sector plant-based en España**. En el último año, la marca ha experimentado un crecimiento del 85% en este canal, alcanzando una presencia en 7.500 cafeterías en 2024 y con la expectativa de llegar a 10.000 establecimientos este mismo año. Su éxito se debe, en gran parte, a su gama Alpro Barista, diseñada específicamente para ofrecer una experiencia óptima en combinación con café, manteniendo el sabor original y una textura cremosa, características esenciales para los consumidores y profesionales del sector.

Por otro lado, el segmento de los lácteos brinda marcas muy afianzadas y reconocidas, como Danone, Activia o YoPRO, con formatos on the go adaptados al canal y tienen el foco de seguir creciendo con especial atención a las nuevas generaciones de consumidores. Por este motivo, Danone va a continuar apostando por marcas como Actimel, Danet y Danonino, con el objetivo de que los más pequeños puedan disfrutarlas fuera del hogar.

Pero la compañía no solamente tiene buena presencia en el canal con los lácteos y las bebidas vegetales, sino que en el segmento de aguas -la segunda categoría en hostelería y la que más crece-, también están muy bien posicionados. Danone cuenta con el mejor porfolio a través de marcas muy consolidadas, como Font Vella y Lanjarón, mientras que Evian está muy afianzada en el sector travel.

La comunicación y el entendimiento entre las marcas de Danone y los diferentes canales Fuera del Hogar es clave para conseguir un portfolio perfectamente adaptado a las necesidades de los ciudadanos. *“Durante los últimos meses nos hemos enfocado en reforzar este compromiso. Sin ir más lejos, recientemente nos reunimos en una jornada en Valencia con nuestros clientes y distribuidores para compartir con ellos los planes anuales del grupo, creando un espacio de escucha activa para seguir mejorando y poder ir alineados teniendo en cuenta su perspectiva”*, concluía Roberto del Barrio.

### Acerca de Danone

Danone es una empresa líder mundial de alimentación y bebidas que opera en tres categorías centradas en la salud, de rápido crecimiento y en tendencia: Lácteos Esenciales y Productos 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 inspirar prácticas de alimentación y consumo más saludables y sostenibles, comprometiéndose al mismo tiempo a lograr un impacto nutricional, social, social y medioambiental tangible. Danone ha redefinido su estrategia para establecer el crecimiento, la competitividad y la creación de valor a largo plazo. Con más de 96.000 empleados y productos vendidos en más de 120 mercados, Danone generó unas ventas de 27.600 millones de euros en 2023. El porfolio de Danone en España incluye marcas líderes en sus categorías como Actimel, Activia, Alpro, YoPRO, Almirón, Nutricia, Danacol, Font Vella o Lanjarón. 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, así como a los principales hospitales. Para 2025, Danone aspira a convertirse en una de las primeras empresas en obtener la certificación global B Corp™ en todos los países que opera.

Para más información: [www.danoneespana.es](http://www.danoneespana.es)    

Para más información  
Equipo Comunicación Danone  
[communications.spain@danone.com](mailto:communications.spain@danone.com)

Para más información APPLE TREE  
Lucía López / Alberto Valle  
Mobile +34 699773127 / +34 696514154  
[danonecomms@appletree.agency](mailto:danonecomms@appletree.agency)