

Danone consolida en Alimentaria su liderazgo en categorías en crecimiento: proteínas, *plant based* y nutrición especializada

- **La compañía participa en el salón de referencia y por primera vez presenta todo su porfolio consolidado en 4 categorías: lácteos, alternativas vegetales, aguas y nutrición especializada.**
- **Proteína y alternativas vegetales: dos espacios de crecimiento que unidos forman una combinación ganadora.**
- **El 90% del porfolio de Danone en España corresponde a productos saludables de consumo diario, cerca del 50% de las referencias disponibles en el mercado son sin azúcares añadidos y, 1 de cada 5, son de yogur natural.**
- **Danone mantiene su compromiso con las familias y la alimentación de las nuevas generaciones y ha reformulado su porfolio infantil para cumplir con los criterios nutricionales de la Organización Mundial de la Salud.**

Barcelona, 5 de abril de 2022.- Danone participa esta semana en Alimentaria, la feria de referencia en el sector de la alimentación, que se celebra en Barcelona del 4 al 7 de abril. Por primera vez, la compañía presenta todo su porfolio consolidado en 4 categorías: lácteos, alternativas vegetales, aguas, productos de alimentación infantil y hospitalaria, en el que destacan nuevas propuestas centradas en los segmentos con más potencial de crecimiento actualmente: la proteína, *plant based* y los productos de nutrición especializada, entre otros.

“Ser líderes del sector nos obliga a ser ambiciosos y exigentes para conectar con una generación que espera de las marcas propuestas diferenciales y con un propósito que conecte con su identidad”, señala **Cédric Pantaleon, vicepresidente de ventas de Danone Iberia**. “Nuestro objetivo es seguir siendo la marca de referencia en los hogares, con una propuesta de valor clara y una razón de ser sostenible. Y, por supuesto, hacerlo con la innovación y la calidad como máxima, con un porfolio sólido e integrado para acompañar a la sociedad en todas las etapas de la vida”, concluye.

Entre las principales novedades, destacan el Danone griego y la nueva variedad Danone skyr, Activia, Actimel, Oikos, YoPRO, Alpro Barista y Alpro Proteínas, Lanjaron Naked, así como Almiron Duobiotik y Fortimel Protein. Un reflejo de su compromiso por avanzar hacia un modelo de alimentación saludable y sostenible con un porfolio integrado, para acompañar al consumidor en todas las etapas de la vida.

“Tras unos años de obligado parón por la pandemia es una excelente noticia la vuelta de Alimentaria, sin duda, la feria de referencia para el sector de la alimentación. Estos

espacios son un excelente punto de contacto e intercambio, y nos hace una gran ilusión participar en esta edición tan especial”, apunta Pantaleon.

Liderando los espacios de crecimiento: proteínas y *plant based*

Las proteínas y las alternativas vegetales son tendencia y están en plena expansión en nuestro país, con cifras de aumento que se sitúan por encima del 75% y el 42%, respectivamente. La compañía lidera los espacios de crecimiento en ambas categorías de la mano de YoPRO y Alpro.

“Somos expertos en proteínas y alternativas vegetales”, afirma **Guillaume Millet, vicepresidente de *plant based* de Danone Iberia**. “Existen oportunidades para ser valientes e innovar con propuestas que marquen la diferencia en estos segmentos porque están en auge, y en los que tenemos mucho que aportar. Pero queremos hacerlo teniendo al mismo tiempo como objetivo el transformar el sistema alimentario hacia uno saludable y sostenible”, apunta Millet.

Un propósito que se materializa con Alpro, reconocida como unas de las mejores B Corp del mundo, y líder absoluto de su categoría con más de 1.000 M€ de facturación. Solo en el último año, ha experimentado un crecimiento del 20% y, la meta es que sea el contribuidor número uno al crecimiento del negocio en Europa.

Además, Danone ha sido decisiva en impulsar la penetración del *plant based* en España, ya que es el segundo país de la Unión Europea con mayor presencia de productos de origen vegetal (42%).

En el campo de las proteínas, este año Danone ha conseguido duplicar el negocio que ha cosechado con YoPRO, líder del segmento doblando penetración en bebidas, gracias a innovaciones relevantes con sabores y formatos únicos en el mercado y un aumentando de la distribución.

El porfolio más saludable en todas las etapas de la vida

Danone, como primera empresa de gran consumo en ser BCORP, apuesta por promover una alimentación saludable en todas las etapas de la vida con un porfolio sólido y cohesionado. Actualmente, el 90% del porfolio de Danone en España corresponde a productos saludables de consumo diario, cerca del 50% de las referencias disponibles en el mercado son sin azúcares añadidos y, 1 de cada 5, son de yogur natural (leche, fermentos y nada más), segmento en crecimiento por el que apuesta la compañía. “Llevamos más de 100 años innovando y abanderando con orgullo un alimento que es icono de salud, el yogur”, afirma **Laia Mas, directora de Corporate Affairs de Danone Iberia**.

Reflejo de ello es el anuncio que realizó recientemente la compañía de haber dado un paso adelante en alimentación infantil y consolidar la revisión de todo su porfolio dirigido a niños, convirtiéndose en la primera empresa de gran consumo en cumplir con los criterios nutricionales de la Organización Mundial de la Salud para la categoría.



Todos los yogures de las marcas Danonino, Actimel Kids y yogur Danone para niños cumplen ya con los criterios nutricionales fijados por la OMS. Concretamente, en materia de azúcares totales, un total de 10 gramos de azúcar por cada 100 gramos de producto, manteniendo el mismo sabor que encanta a los más pequeños sin añadir edulcorantes artificiales.

“Nuestro amplio conocimiento en fermentos e innovación nos permite ofrecer alimentos cada vez más simples y naturales. Por eso, hemos conseguido reducir el azúcar añadido sin comprometer la calidad de nuestros productos, su naturalidad y su sabor”, concluye Laia Mas.

Acerca de Danone

Con la misión de aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas, Danone se encuentra entre los líderes mundiales de la industria de la alimentación y tiene tres líneas de negocio: productos lácteos y vegetales, nutrición especializada y aguas. A través de su misión y de su compromiso con el progreso tanto empresarial como social, la compañía pretende construir un futuro más saludable, a través de una mejor salud, una mejor vida y un mundo mejor para todos sus partners: consumidores, clientes, proveedores, accionistas, sus más de 100.000 empleados y todas las comunidades con las que interactúa. Con productos presentes en más de 120 mercados, Danone alcanzó en 2020 una facturación de 23.620 millones euros. La empresa fue fundada en 1919 por Isaac Carasso en la ciudad de Barcelona. En España, Danone da empleo a 2.000 trabajadores, tiene plantas de producción e instalaciones productivas en ocho comunidades autónomas y abastece anualmente a más de 13,5 millones de hogares. La división de lácteos y productos de origen vegetal y la de aguas están certificadas como empresas B Corp por cumplir con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad. Para más información: www.danoneespana.es

Para más información

Equipo Comunicación Danone
external.communications@danone.com

Para más información (Tinkle)

Alejandra Ferrer / Laura Martínez / Anna Cristeto
Mobile +34 673 225 700 / +34 673 09 27 18 / +34 606 973 198
aferrer@tinkle.es ; lmartinez@tinkle.es; acristeto@tinkle.es