Grupo Alimentario Citrus consolida su plan de diversificación y crecimiento internacional



Grupo Alimentario Citrus (GAC), experto en la elaboración de alimentos frescos y saludables, ha obtenido en 2018 una facturación conjunta de 308 millones de euros, un 21,7% más que en el ejercicio anterior. Este crecimiento es el resultado de la apuesta continua por la innovación –que ha supuesto el 19% de la facturación- y de la consolidación de la estrategia de diversificación einternacionalización.

“El año 2018 lo recordaremos como el de la consolidación de un ambicioso plan que iniciamos en 2015 y que tiene por objetivo convertirnos en la compañía de producto fresco preferida por los consumidores”, explica **Rafael Boix**, director general de Grupo Alimentario Citrus. “Los resultados refuerzan nuestra idea de seguir trabajando como hasta ahora, poniendo en la base de nuestra estrategia la innovación, la internacionalización y el desarrollo de nuestras personas”, continúa.

Así, en el último ejercicio GAC ha conseguido casi triplicar su **facturación internacional** respecto al año anterior, alcanzando los **84 millones de euros en ventas a clientes fuera de España,** lo

que supone el 27% de su facturación global, frente a 31 millones de euros en 2017 (1



2% de las ventas). El grupo distribuye sus productos a más de 40 clientes en 30 países de 4 continentes.

El incremento de facturación internacional se ha producido en todos los negocios del grupo y ha estado especialmente impulsado por la adquisición por parte de GAC, el pasado mes de octubre, de la empresa alemana **Thurländer**, líder de mercado en la categoría de listos para consumir en su país y que comercializa también sus productos en Dinamarca y Austria. Thurländer ha obtenido una facturación de 50,5 millones de euros en 2018 (+11%).

Europa es una de las áreas prioritarias en la estrategia de internacionalización del grupo. De hecho, su posición en el mercado europeo se ha visto reforzada el pasado mes de marzo con la adquisición, al grupo matriz de Florette (Grupo Agrial), de dos compañías con sendas **plantas en Suiza e Italia**.

La innovación, motor de crecimiento

Unido a la estrategia de internacionalización, la innovación continúa siendo el motor de crecimiento para GAC. En el último año la compañía ha lanzado 25 nuevas referencias al mercado, que han supuesto un **19% de la facturación total.** Entre las últimas novedades destacan el lanzamiento del surtido agrícola con certificado ecológico bajo la marca **BIO Sun&Vegs,** los Platos Micro -platos con vegetales frescos para cocinar o el POKE, en el área de listos para consumir, y ‘es avena’, la alternativa vegetal al yogur con fermentos naturales.

En los últimos 5 años la compañía ha lanzado **más de 200 innovaciones,** productos pioneros en el mercado que han permitido a GAC liderar la revolución de la alimentación saludable en nuestro país.

“Queremos ayudar al consumidor a mantener una alimentación equilibrada con productos que le

permitan disfrutar del día a día, en cualquier momento y en cualquier lugar, y a lo largo de todas las etapas de su vida", señala Boix. "Innovamos de forma continua -añade- para llevar nuestra revolución saludable más lejos, adaptando nuestro surtido a las tendencias, gustos y necesidades de cada mercado".

En este sentido, 2018 ha significado un año clave para GAC en el desarrollo de su marca **Sun&Vegs**. El innovador surtido ha reforzado su posición en el mercado portugués y cuenta ya con presencia en el 80% de las grandes cadenas de distribución del país luso. En España, Sun&Vegs llegó a los lineales durante 2018 y sus productos ya están a la venta en la mayoría de cadenas de supermercados de nuestro país.

Por su parte, la unidad de Nutrición del grupo también ha ampliado su surtido de alimentación infantil y familiar a nuevos clientes y mercados; entre otros, ha llegado por primera vez al continente asiático (China, Filipinas, Arabia Saudí). Además, el 50% de las referencias producidas en la planta valenciana de Carlet llevan ya certificado de producción BIO.

La 'revolución saludable' en nuevos formatos

Con el objetivo de ofrecer más opciones para una alimentación saludable, Sun&Vegs ha desarrollado nuevos formatos, como el surtido específico de ensaladas y vegetales listos para consumir para **Food Service**, y que se distribuye a clientes de España y Portugal. En el último año la marca lanzó también, de la mano de la empresa Delikia, un proyecto piloto en el **canal *vending*** que cuenta ya con una veintena de *corners* saludables en diferentes espacios.

Inversión para seguir creciendo

Grupo Alimentario Citrus (GAC) se ha consolidado en los últimos años como una de las principales empresas agroalimentarias de nuestro país, experta en la fabricación de productos frescos y saludables. Para acompañar este crecimiento, GAC **ha invertido más de 50 millones de euros en los últimos 5 años.**

Las principales inversiones se han destinado a importantes proyectos de I+D+i, como la construcción del Centro de Innovación Agronómica (CIAM) con sede en la localidad valenciana de Montserrat, el desarrollo de nuevos productos y a la ampliación de la capacidad productiva del grupo. GAC cuenta actualmente con 9 plantas de producción -6 en España y 3 en Europa- equipadas con las últimas tecnologías.

Resultados por unidades de negocio

Por unidades de negocio, el área de IV gama (listos para consumir) sigue siendo la que mayor porcentaje de ventas aporta al grupo, con un 57%; le sigue el área Agrícola, que representa el 32% y, finalmente, la unidad de Nutrición supone el 11% de las ventas totales.

En el último ejercicio el **área de listos para consumir** ha obtenido una facturación de 198 millones de euros, lo que representa un incremento del 42,5% respecto a 2017. Las plantas en España y Alemania han producido 214 millones de unidades de ensaladas y vegetales listos para consumir (+13,5%), con un volumen de 52.000 toneladas de producción.

La unidad de negocio de **Nutrición**, por su parte, ha experimentado un crecimiento del 1,1% en su facturación, llegando a los 26,6 millones de euros. A nivel de volumen, la planta de Carlet ha alcanzado una producción de 31 millones de unidades de tarritos y pouches para alimentación infantil y otras soluciones para toda la familia (+6% respecto a 2017).

En el caso del área **Agrícola**, la facturación en 2018 ha sido de 83,4 millones de euros, un 5% menos que en el ejercicio anterior; un descenso motivado por el cambio de modelo en la estructura comercial de la unidad. El volumen de producción del surtido de directos ha alcanzado las 90.000 toneladas.

El crecimiento y las personas

A finales de 2018, un total de **2.291 personas** formaban parte de la plantilla del grupo (138 más que el año anterior). De ellas, el 87% cuenta con un contrato indefinido y más del 93,5% tiene jornada a tiempo completo. A nivel global, la plantilla está formada en un 50,1% por mujeres y un 49,9% de hombres. La compañía cuenta con empleados de **35 nacionalidades**, provenientes de 4 continentes.

Durante 2018 el grupo ha invertido más de 340.000 euros en 212 programas y cursos, y **94 personas**-50 mujeres y 44 hombres- han sido promocionadas internamente, continuando su desarrollo en diferentes unidades del grupo. Como recompensa a un año de esfuerzo, se han destinado **2 millones de euros a bonus y beneficios sociales**, dentro del plan de incentivos de la compañía.