

Noel Alimentaria tanca el 2018 amb una facturació de 277 milions d'euros

L'empresa garrotxina és la que més ha crescut en el segment dels cuits i aposta per les pizzes refrigerades artesanes, el sushi, l'snacking carni o els productes per a flexiterians



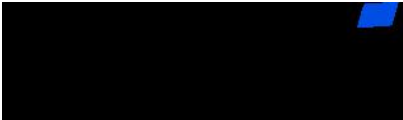
La planta de Noel Alimentària a Sant Joan les Fonts. | @noelalimentaria.

Noel Alimentaria, una de les principals empreses espanyoles d'elaborats carnis i amb important presència al mercat exterior, ha facturat 277 milions d'euros el 2018. Aquesta xifra representa un increment del 8,2% respecte el 2017, quan va tancar l'exercici amb un resultat de 256 milions d'euros. Amb aquest increment de 21 milions d'euros, Noel Alimentaria encadena un any més de creixement continuat i sostingut.

Aquest creixement també s'ha registrat en termes de volum de producció, assolint les 66.665 tones, un 12,7% més que al 2017, quan se'n va produir un total de 59.148.

A més, la internacionalització es reafirma com un dels pilars estratègics de la companyia. Actualment les exportacions de xarcuteria representen més de la meitat de la facturació anual en aquesta divisió de negoci. Concretament el 2018 han suposat un 56% del total facturat. Amb presència a més de 60 països, els plans internacionals de Noel se centren ara en consolidar-se en els mercats on ja té presència i iniciar una expansió posant el focus a Llatinoamèrica, els Estats Units i la Xina.

Els cuits, motor de negoci de la companyia



Els productes de xarcuteria cuits, pels quals Noel ha estat reconeguda històricament, continuen representant el volum de negoci principal de l'empresa. Segons les dades de la consultora IRI, durant el 2018, la companyia s'ha consolidat com la segona empresa del mercat en volum de producció de pernil cuït llescat amb una quota del 6,9%, i la tercera en valor, amb una participació del 8,7%. En aquest sentit, el pernil cuït llescat de Noel ha estat el que ha registrat un major creixement en el mercat nacional.

D'altra banda, Noel Alimentaria també és la marca que més ha crescut en la categoria de cuïts en general (que inclou llescat i peça) i s'ha col·locat en tercera posició del mercat amb una quota en volum de producció del 5% i una quota del 6,4% en valor de facturació.

Seguiment de les tendències del mercat

Un dels altres pilars fonamentals de Noel Alimentaria és la innovació, amb una clara voluntat d'alinejar-se amb les tendències de mercat. Un clar exemple és la consolidació de la gamma ?Veggie?, pionera al mercat des de 2016 oferint una selecció de productes llescats sense carn i elaborats amb clara d'ou com a base proteica, dirigida als flexiterians, un nou segment de consumidors en creixement. Actualment, la gamma ?Veggie? es completa amb una selecció d'hamburgueses vegetals, fetes a base de llegums, verdures i cereals.

En aquesta línia, el 2018 la companyia també ha fet una aposta pels superaliments presentant dues noves referències de pit de gall d'indi llescada amb col kale i bròquil, englobades dins la nova gamma ?Superfoods?

La inversió com a motor de creixement

Amb l'objectiu de consolidar-se en el mercat nacional i fer efectius els plans d'expansió a nivell internacional, Noel Alimentaria ha dut a terme, l'últim any, una inversió global de 14 milions d'euros.

Concretament, ha invertit 6 milions en l'ampliació de la secció de cuïts, reforçant any rere any la seva aposta pels seus productes de referència, amb el pernil cuït com a gran protagonista, 2,9 milions en l'ampliació de la capacitat productiva de les plantes de llescat i 1,2 milions en millorar la planta destinada a la producció de carn fresca. Els 3,9 milions restants, s'han destinat millor a la nova planta d'embotits picats curats de 20.000 m² que va iniciar la seva activitat al 2015. Aquesta nova inversió se suma als 46,5 milions invertits en aquestes noves instal·lacions durant els anys anteriors.

Respecte al 2019 la companyia té previst invertir 10 milions d'euros en actuacions diverses.

Diversificació del negoci

Tot i que el seu principal volum de negoci prové dels productes carnis, Noel Alimentaria continua de manera decidida el camí cap a la diversificació de la seva activitat. Gràcies al seu *know-how* i als seus 79 anys de trajectòria, la companyia compta ja amb diversos projectes que s'engloben dins del seu compromís d'oferir productes que compleixin tres premisses fonamentals: salut, contribuint a mantenir un estil de vida basat en una alimentació saludable i equilibrada; conveniència, adaptant-se a les diferents necessitats i moments de consum; i plaer, és a dir, que els productes siguin bons i propiciïn la millor experiència de consum.

Aquesta estratègia de diversificació ha desembocat en la creació, durant el 2018, de Sensei Sushi, que amb una inversió de 2,5 milions d'euros, es dedica a la producció de sushi envasat de qualitat. També durant l'any passat, va entrar amb força al mercat de l'snacking carni amb el llançament de Kubdu Mediterranean Biltong. Un producte té el seu origen en una *start up* que va ser adquirida per Noel a finals del 2017, després de visualitzar-ne el seu potencial.



Finalment, la companyia ha entrat, recentment, en el mercat de les pizzes refrigerades artesanes d'alta qualitat, a través d'una aliança estratègica amb Casa Bona Tradicional, una empresa amb seu a Calonge (Girona), que és líder d'aquest segment amb 63% del mercat.

La sostenibilitat, una visió del present

En matèria de sostenibilitat, Noel Alimentaria centra els seus esforços en ser una companyia responsable a nivell ètic, social i mediambiental. El motor de l'acció social de l'empresa és la Fundació Albert Bosch, una entitat que va néixer el 2004. El seu objectiu és promoure la recerca de solucions mèdiques, biomèdiques i quirúrgiques a les malalties infantils, amb especial atenció en la investigació del càncer en la infància. Amb una estreta vinculació amb l'Hospital de la Vall d'Hebron de Barcelona, amb qui col·labora en diversos programes, la Fundació pretén ser una entitat de referència en la recerca translacional, de manera que tots els avenços obtinguts es puguin aplicar ràpidament al pacient. En els seus 14 anys d'activitat ha aportat més de 800.000 euros que s'han destinat a diferents projectes.

També en l'àmbit social, durant el 2018 Noel ha constituït la Fundació Maria Rosa Sans amb l'objectiu de promoure el talent de joves de la Garrotxa amb pocs recursos i dificultat per accedir a la universitat, concedint beques perquè puguin accedir a estudis superiors. Les primeres beques es van lliurar el passat mes de setembre.

A nivell mediambiental, l'empresa lidera diverses iniciatives: des de la reducció d'un 25% de plàstic dels seus envasos, que s'ha començat a aplicar en algunes de les seves gammes, a promoure la implicació i el compromís dels seus proveïdors en la reducció de l'impacte ambiental de tota la seva cadena de valor. D'altra banda, la companyia ha reduït aquest any un 14% del consum d'energia i el consum d'aigua per tona produïda gràcies a diverses accions posades en marxa per a minimitzar la seva petjada ambiental.

Sobre Noel Alimentaria

Noel Alimentaria, ubicada a Sant Joan Les Fonts (La Garrotxa), és una empresa familiar de quarta generació especialitzada en la producció i la distribució de pernil cuït i curat, embotits, carns fresques i plats preparats tant pel mercat nacional com internacional. Amb una facturació de 277 M€ al 2018, amb 1.189 treballadors i 10 plantes productives, s'ha convertit en una de les principals empreses a l'Estat espanyol d'elaborats carnis.

Present a la totalitat de la gran distribució i amb activitat a més de 60 països, el repte de la companyia passa ara per mantenir la seva aposta per la innovació i continuar guanyant presència tant al mercat nacional com al mercat exterior.