

# Mercadona entra en alimentación infantil de mano de uno de sus interproveedores

**Verdifresh, que ya abastece de hortalizas de IV a la cadena, venderá los productos con la nueva enseña 'Alnut'**

Carlos Rija

Mercadona efectuará su entrada en el mercado de la alimentación infantil -bajo la nueva marca 'Alnut'- de la mano de su interproveedor Verdifresh, que abastece a la cadena de ensaladas y verduras de IV gama. Recientemente, Mercadona ha iniciado la comercialización en pruebas de algunos productos en establecimientos de Valencia y Castellón. De momento, ha lanzado 11 referencias de fruta, incluyendo fruta, fruta con cereales, fruta con yogur y fruta con leche de continuación. La compañía prevé desarrollar nuevas referencias en función de las necesidades y de las posibles mejoras que propongan los consumidores durante el test.



La gama 'Alnut' contiene ingredientes naturales, sin conservantes, colorantes ni azúcares añadidos, seleccionados exclusivamente para alimentación infantil. Se presentan en tarros de boca ancha, mucho más cómodos de servir y de llegar al fondo de los mismos. Su envase es de plástico, más fácil y seguro de transportar. Además, la tapa posee un cierre de seguridad.

El proyecto está siendo desarrollado a través de la filial de Verdifresh denominada Alimentación y Nutrición Familiar, nueva razón social de la sociedad Verdifresh Fotovoltaica desde finales del pasado año. Esta compañía ha recibido sendas inyecciones de capital en los últimos meses, de 300.000 € y 500.000 €, respectivamente, la última a principios del presente mes de julio, y en la actualidad cuenta con un capital social de 803.006€.

Los nuevos productos de alimentación infantil 'Alnut' se producen en la planta de Verdifresh en Ribarroja del Turia (Valencia), explotada en alquiler.

Grupo Verdifresh es propiedad del empresario Joaquín Ballester Martinavarro desde el pasado mes de abril, cuando se hizo con el 100% de la empresa tras adquirir el 50% en manos de la sociedad de capital riesgo Atitlán Alpha, vinculada a la familia Roig, a su vez propietaria de Mercadona. La elaboradora de hortalizas de IV gama y, ahora, también de productos de alimentación infantil obtuvo unas ventas de 74,8 M€ en 2010 (+8%). La compañía, que se atribuye una cuota de mercado del 50% en su negocio, da empleo a más de 450 trabajadores y, desde su constitución en 2000, ha realizado inversiones por valor de 60 M€. El presente 2011, ha previsto un desembolso de 2,5 M en el desarrollo de nuevos productos y en mejoras en sus procesos productivos, cifra en la que no estaría incluido el presupuesto destinado a la puesta en marcha de su nueva división de alimentación infantil. Verdifresh cuenta con cuatro plantas de producción, la citada en Ribarroja, así como en Antequera (Málaga), Aranda de Duero (Burgos) y Granadilla de Abona (Tenerife), ésta explotada por su filial al 50% Mesturados Canarios.

## Alimentación infantil, territorio de las marcas de fabricante

El sector de alimentación infantil es uno de los más asociados tradicionalmente a la importancia de la confianza en la marca por parte del consumidor, tal y como analizó Alimarket el pasado mes de marzo. Para su debut en el mismo, Alnut asegura haber desarrollado una labor de investigación que ha dado lugar a algunos de los tarritos para bebé más novedosos del mercado, como el "Tarrito de frutas especial para Noche", que facilita la digestión y asegura un buen sueño del bebé o la "Papilla de cereales con fruta". Otra novedad es la referencia "Frutas, Especial Fibra", que ayuda a regular el tránsito intestinal. Alnut ha creado un departamento de I+D dedicado a la innovación y optimización de productos y procesos, así como a la mejora de la seguridad y la calidad de los alimentos.

La nueva marca se suma así a un mercado controlado por un número reducido de fabricantes que, además, concentran su oferta en pocas enseñas y en el que la presencia de MDD es prácticamente testimonial. El sector factura alrededor de 600 M€ en España, más de la mitad procedentes de la distribución moderna, seguida por el canal farmacéutico. Por productos, los más comercializados son los tarritos, con una cuota que rondaría el 50% en volumen, seguidos de leche infantil, papillas y zumos. El canal libresevicio lidera las ventas en todas las categorías de producto claramente, salvo en lo referido a la leche infantil, si bien su cuota en este segmento es muy similar al porcentaje de las farmacias y este margen que se ha ido recortando en los últimos ejercicios. Las dos principales empresas de alimentación infantil en España son Hero y Nestlé, tanto en tarritos, como en papillas y leche materna, si bien cabe destacar la presencia de Alimentación Varma ('Hipp') y Puleva en las categorías de zumos y leche materna líquida.

[carlos.rija@alimarket.es](mailto:carlos.rija@alimarket.es)

---

[Titulares Última Edición Impresa](#)

[Últimas noticias del sector](#)