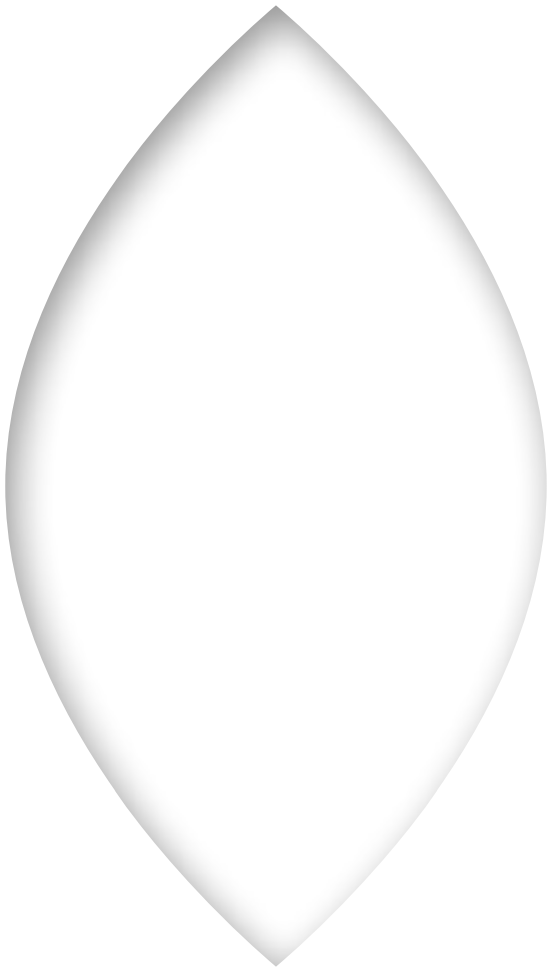
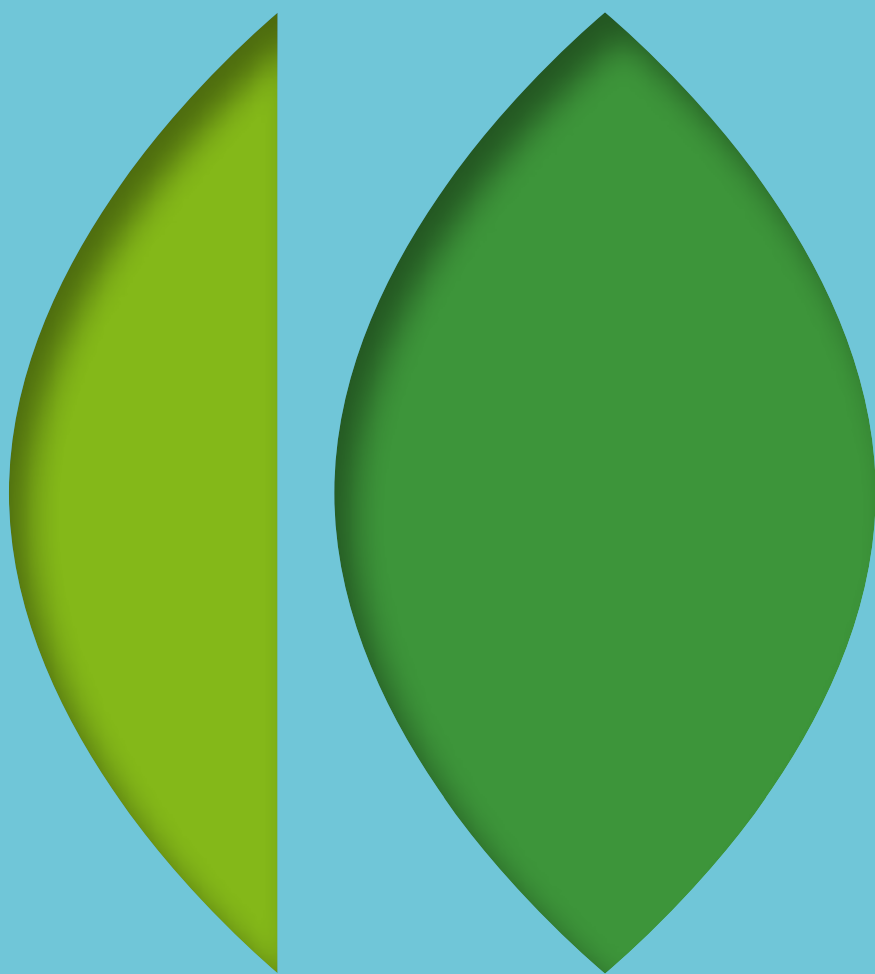


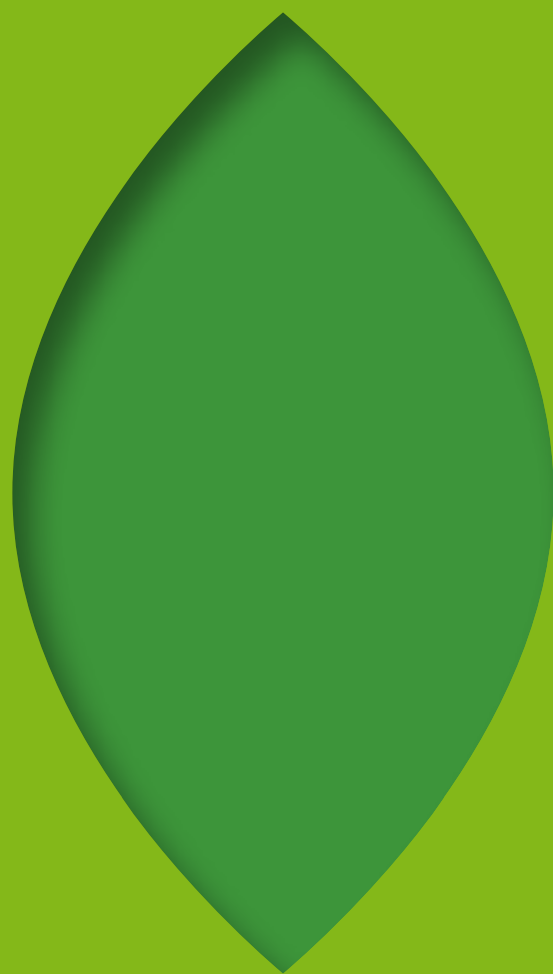
Memoria anual 2020

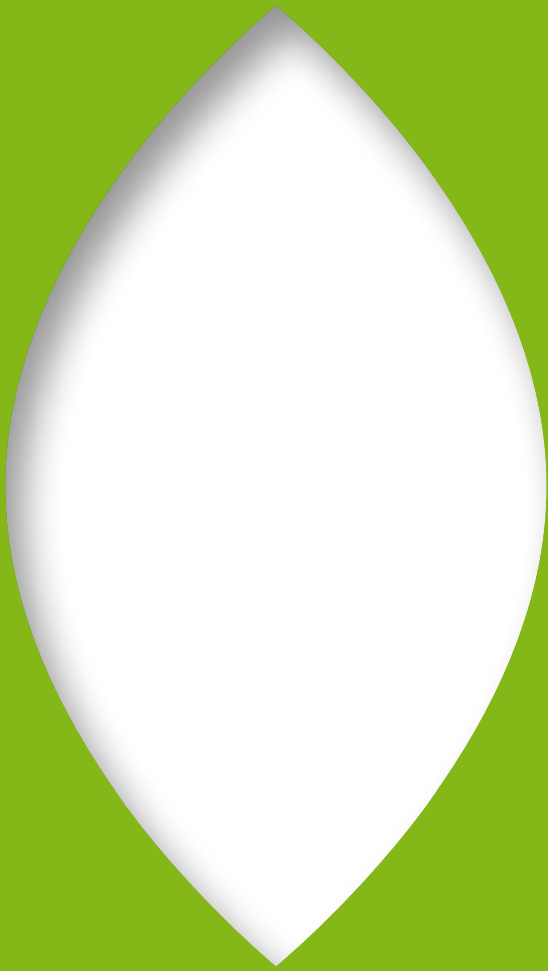












Memoria anual 2020

Alcance y proceso de elaboración de la Memoria anual 2020

Somos una compañía transparente y comprometida. Nuestra memoria corporativa refleja nuestro modelo de gestión empresarial y nuestro compromiso con la salud y la nutrición, con nuestro entorno, con nuestras personas y a nivel financiero.

Mostramos a clientes, consumidores, proveedores y sociedad en general quiénes somos y lo que hacemos, pero, sobre todo, nuestros pasos firmes y decididos por cumplir nuestra misión: revolucionar la alimentación saludable.

En este documento recogemos nuestras cifras de negocio, así como los proyectos y principales hitos de este ejercicio, que nos han llevado a consolidar la expansión de nuestra compañía y a seguir creciendo de manera eficiente y sostenible. Presentamos nuestras marcas, productos y el potencial productivo del grupo, además de nuestra apuesta constante por la innovación, por el talento y por el desarrollo profesional de nuestras personas.

Esta es una memoria que habla del presente, pero también de futuro. El año 2020 ha supuesto un antes y un después en la historia de nuestra compañía con el nacimiento de Foodiverse, nuestra nueva marca corporativa. Una imagen que aúna nuestro legado histórico y proyecta nuestra realidad como compañía multinacional, líder en alimentación saludable.

**Escanee el código QR para
visualizar el vídeo de la Memoria
anual Foodiverse 2020.**



Foodiverse Hold, S.L.

Avda. dels Gremis, Parcela 28 Pol. Ind. Sector 13
46394 Riba-roja de Túria (Valencia), España.
T. +34 961 642 934 – www.foodiverse.com

Índice

Principales cifras _	4
Hitos del año _	6
Carta del presidente _	8

Quiénes somos

Nuestras raíces _	13
Nuestro propósito _	14
Equipo directivo _	17
Nuestra actividad _	18
Nuestro grupo _	20
Nuestras marcas comerciales _	21
Nuestras empresas _	24
Nuestra marca corporativa _	26

Revolución saludable

Nuestra propuesta de valor _	32
Innovación en productos _	36
Innovación en procesos _	40
Innovación colaborativa _	46
Hitos comerciales _	48
Nuestro surtido _	52

Nuestro compromiso

Una compañía comprometida _	56
Compromiso nutricional y con la salud _	60
Compromiso con nuestro entorno _	66
Compromiso con nuestras personas _	76
Compromiso financiero _	84

Principales cifras



FACTURACIÓN
311M€



INVERSIÓN
7,9M€



2.562
EMPLEADOS



21
FINCAS DE CULTIVO

9 PLANTAS DE
PRODUCCIÓN



4.000
HECTÁREAS DE SUPERFICIE AGRÍCOLA



Hitos del año

SUN&VEGS EN NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Nuestra marca llega al canal *online* y sigue posicionándose en el canal *vending* con nuevos proyectos en Italia y en Canarias (España). [_P. 22](#)



NUEVA IMAGEN CORPORATIVA: FOODIVERSE

Nos presentamos al mundo con una nueva imagen que refleja la esencia de nuestra compañía. [_P. 26](#)



INNOVACIÓN DE PRODUCTOS

Nuestro surtido fresco y saludable sigue creciendo con más de 130 nuevas referencias en todas las categorías. [_P. 36](#)

PLAN DIGITALIZACIÓN 2021-2025

Potenciamos la innovación tecnológica de nuestro grupo con el firme propósito de potenciar la eficiencia y la productividad necesaria para seguir creciendo. [_P. 44](#)

LLEVANDO LA REVOLUCIÓN SALUDABLE AL MUNDO

En un año no exento de dificultad, hemos conseguido grandes hitos que nos enorgullecen. Hoy contamos con más de 200 clientes en todo el mundo. [_P. 50](#)



CUIDAMOS DEL PLANETA

En nuestro compromiso con la economía circular, reforzamos la innovación de *packaging* y la sostenibilidad apostando por nuevos envases más respetuosos con el medio ambiente. [_P. 68](#)



INVERSIÓN EN INNOVACIÓN Y EFICIENCIA

En 2020 hemos destinado 7,9 M€ a la mejora de todas nuestras plantas productivas y fincas de cultivos. [_P. 88](#)

Foodiverse, comprometidos ante la pandemia

Pertenece a un sector esencial y, como tal, hemos trabajado de forma incansable para asegurar la producción y el servicio, aunando nuestros esfuerzos junto con nuestros proveedores y clientes para seguir llevando la revolución saludable a nuestros consumidores. Nuestro firme compromiso con nuestra actividad y con la sociedad han sido nuestro motor, incluso en los momentos más complicados.



300.000

mascarillas quirúrgicas
adquiridas directamente
desde China al inicio de la
pandemia



**MASCARILLAS
FFP2**

para todos nuestros
empleados



+2.500

litros de gel hidroalcohólico



100

sesiones informativas
para la plantilla



+30

visitas de verificación
por parte de autoridades
sanitarias con resultado
satisfactorio



+100

auditorías internas de
verificación de medidas de
prevención implantadas



+20.000

videollamadas y reuniones
telemáticas



+35.500 KG
de vegetales frescos

Y **+640.000** unidades de
ensaladas, toppings, pouches y
tarritos donados



Carta del Presidente



Bienvenidos a Foodiverse, bienvenidos a la revolución saludable.

Este 2020 ha sido un año en que los valores de Foodiverse se han puesto de manifiesto más que nunca. Foodiverse se ha caracterizado siempre por el crecimiento continuo, siendo pioneros en todos los proyectos que iniciamos, con la innovación como factor principal de impulso y sin olvidar la eficiencia y el espíritu de excelencia que nos caracteriza. Y en este 2020 lleno de retos no iba a ser de otra manera, pues nuestros inquebrantables valores nos han servido para superar las consecuencias que la pandemia ha dejado en nuestro negocio.

Durante todos estos años creciendo e internacionalizándonos, hemos ido incorporando el valioso legado de todas las compañías que hoy forman parte de Foodiverse. Un legado de personas, valores, ideas, conocimiento, procesos y, sobre todo, de innovación que hace que, en Foodiverse, seamos mucho más que una compañía dedicada a la alimentación.

Somos una multinacional, experta en la elaboración de alimentos frescos y saludables, que nace para revolucionar el mercado a través de un universo de productos transgresores y equilibrados. Nuestra misión es ayudar al consumidor a mantener una alimentación equilibrada, de forma fácil y cómoda, que sea apetecible y de tendencia, para que pueda disfrutarla en cualquier momento y en cualquier lugar. Y es que, en Foodiverse, queremos ser la compañía de producto fresco y saludable preferida por los consumidores, en todas las etapas de su vida, creando valor a largo plazo y generando un impacto positivo en nuestro entorno.

Este último año y pese a todos los obstáculos, nuestros negocios han estado inmersos en una actividad comercial frenética que nos ha permitido entablar nuevas relaciones con multitud de clientes. Gracias a un esfuerzo especialmente intenso en innovación, hemos lanzado una gran cantidad de productos y propuestas comerciales ganadoras que nos ayudan a forjar relaciones comerciales sólidas.

Hemos reforzado nuestra apuesta comercial de IV gama en España y Portugal, apoyándola con nuestra planta de Verdifresh de Aranda de Duero (España) en exclusiva, lo que ha requerido la reorganización total de la misma para adaptarla a los retos que implica esta apuesta comercial. Gracias a ello, el desarrollo del mercado portugués ha dado unos frutos muy gratificantes, triplicando las ventas del año anterior y obteniendo cerca del 15% de cuota de mercado.

Cabe destacar también el crecimiento comercial que Agromediterránea ha llevado a cabo con nuestros productos directos del campo en el mercado español. Las ventas en España se han duplicado con respecto al año anterior, y esto nos permite tener una continuidad de ventas las 52 semanas del año, haciendo que Agromediterránea sea una compañía cada día más sostenible. Además, otro de los proyectos más importantes que hemos abordado este año ha sido la reorganización e impulso de Espace—nuestro brazo operativo agrícola—, en el que hemos apostado estratégicamente por mejorar los niveles técnicos y de innovación en campo, haciendo de Espace una pieza fundamental para el desarrollo comercial de Agromediterránea.

Este crecimiento derivado de la expansión comercial no habría sido posible sin un incremento de recursos. En 2020, fieles a nuestro compromiso con nuestro talento, hemos contado con 80 promociones internas, y hemos mantenido nuestro plan inversor de 7 millones de euros, del que me gustaría resaltar, entre otros proyectos, la nueva planta de producción de fruta fresca lista para consumir en Josef Müller Gemüse (Suiza) y las dos nuevas líneas de empaquetado de ensaladas de IV gama en bolsa en Thurländer (Alemania).

Todas las personas que formamos Foodiverse hemos hecho una labor excepcional para conseguir que esta pandemia y sus consecuencias nos afecten lo menos posible, tanto al crecimiento como a la sostenibilidad de nuestra compañía. Ha sido un año muy intenso a todos los niveles, pero del que nos podemos sentir muy orgullosos y satisfechos por todos los éxitos cosechados. Ha requerido un esfuerzo fuera de lo común, pero hemos aprendido grandes lecciones, haciéndonos más fuertes y, sobre todo, más sostenibles.

Es hora de mirar hacia futuro y de seguir creciendo de forma responsable y rentable, siguiendo un modelo —el modelo Foodiverse— que garantiza nuestra sostenibilidad. Los retos a los que nos enfrentamos son muy interesantes: el mundo cambia a gran velocidad y más en un año como este en que las consecuencias derivadas de la pandemia traerán nuevos hábitos de consumo, nuevas tendencias y nuevas formas de llegar al consumidor. Todo esto provocará que aparezcan nuevas oportunidades y debemos estar atentos para reconocerlas y saber aprovecharlas.

Después de finalizar el Plan Estratégico 2020 con muchos éxitos cosechados, y habiéndonos convertido en una multinacional sólida y con una estructura organizativa eficiente, encaramos el nuevo Plan Foodiverse 2023 con ánimo, ilusión y, sobre todo, con lo que más nos caracteriza, pasión.

Una vez más, gracias a todas y cada una de las personas que forman parte de esta gran compañía, así como a todos aquellos colaboradores que se unen día a día a nuestra imparable revolución.


Con esta memoria os doy de nuevo la bienvenida al universo Foodiverse. Bienvenidos a la revolución saludable.

Joaquín Ballester Martinavarro
Presidente





Quiénes somos

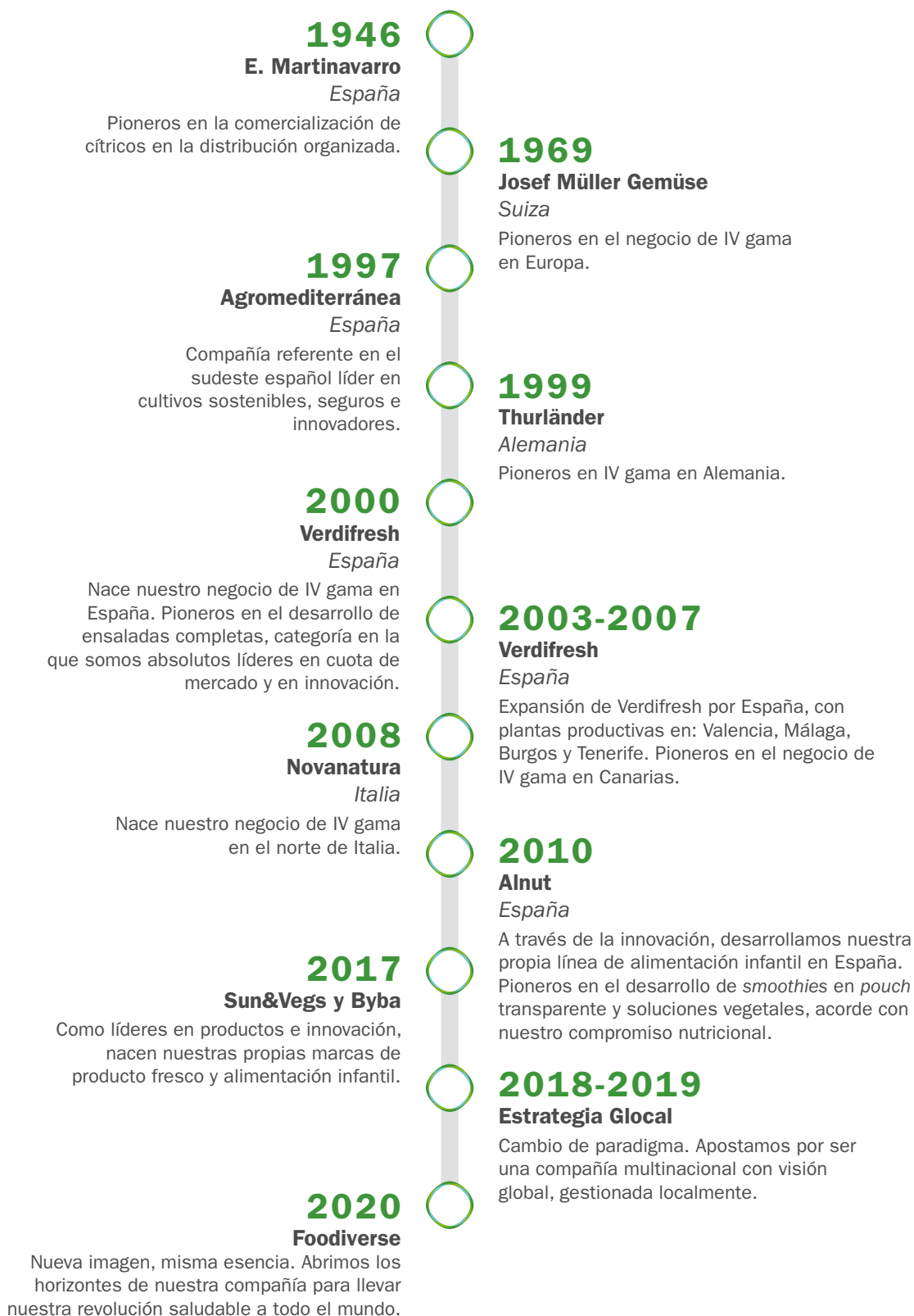


En Foodiverse somos mucho más que una empresa dedicada a la alimentación. Somos una compañía multinacional, experta en la elaboración de alimentos frescos y saludables, que nace para revolucionar el mercado a través de un universo de productos transgresores, equilibrados y de tendencia, pensados y elaborados para disfrutar en cualquier momento del día y en cualquier lugar.

Bienvenidos a la revolución saludable.

Nuestras raíces

Nuestro mayor legado son nuestras raíces: una historia ligada a la innovación. Desde hace más de 70 años, hemos sido pioneros y revolucionarios en todo aquello a lo que nos dedicamos. ¿El resultado? Un gran grupo formado por potentes marcas y compañías líderes en Europa.



Nuestro propósito

El reflejo de lo que somos, nuestra guía inquebrantable.



Misión

En Foodiverse revolucionamos la alimentación saludable. Queremos ayudar al consumidor a mantener una alimentación equilibrada, siempre de forma fácil, apetecible y de tendencia, que le permita disfrutar del día a día, en cualquier momento y en cualquier lugar.

Visión

Queremos ser la compañía de producto fresco y saludable preferida por los consumidores en todas las etapas de su vida, creando valor a largo plazo para accionistas, trabajadores y colaboradores, generando un impacto positivo en nuestro entorno.





Valores

Todas las personas que formamos Foodiverse compartimos unos mismos valores.



Innovación

El legado de Foodiverse es una historia ligada a la innovación, tanto en productos como en procesos, para ofrecer la mejor relación seguridad-calidad-servicio-precio.



Espíritu HOLD

Higiene, Orden, Limpieza y Disciplina son los pilares fundamentales que nos permiten asegurar la máxima seguridad alimentaria y calidad en nuestras instalaciones, procesos y productos.



Excelencia

Fomentamos la búsqueda de metas cada vez más altas. La mejora continua y el espíritu crítico son una de las claves de nuestro éxito.



Compromiso

Estamos comprometidos con la sostenibilidad, cuidando de nuestro entorno a nivel nutricional, medioambiental, social y económico.



Eficiencia

Apostamos por la eficiencia productiva como motor de la rentabilidad y como elemento clave de nuestro compromiso con la sostenibilidad.



Honestidad

Somos una compañía íntegra, transparente, honesta y confiable. Cumplimos con la legislación vigente y contamos con nuestro propio Código Ético.

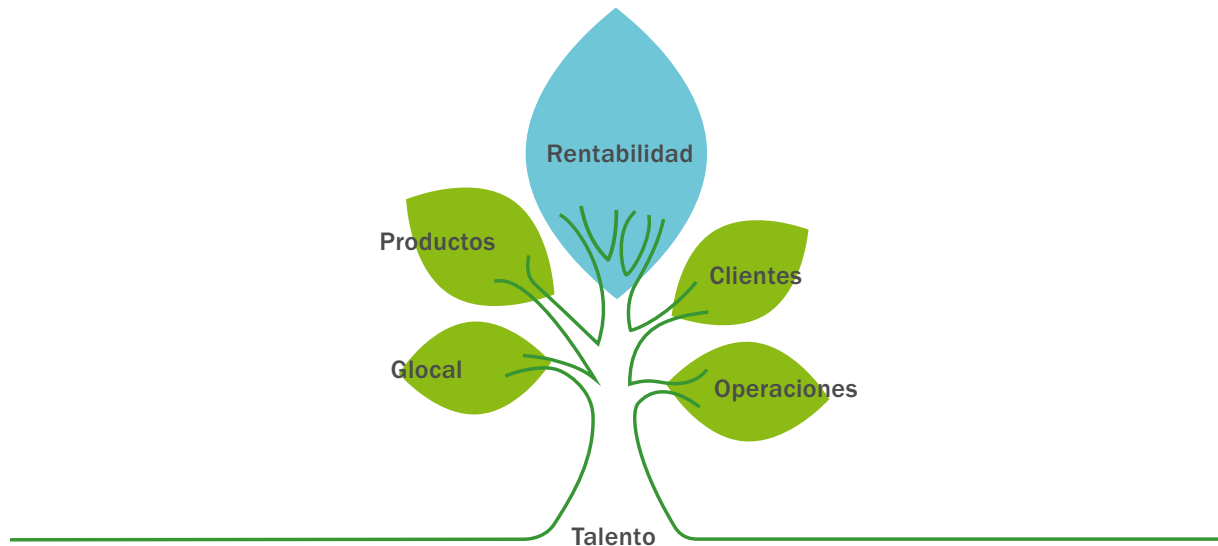


Pasión

Es lo que sentimos por nuestras raíces, por nuestro legado innovador, por el campo y por nuestros productos, que son reflejo de nuestros valores y lo que nos hace únicos.

Estrategia

Nuestras 6 claves para alcanzar un crecimiento sostenible



Compromiso con el talento

Las personas son la base de nuestro proyecto. Apostamos por el crecimiento de nuestras personas y buscamos que sean embajadoras de nuestros valores y productos.

Visión global, gestión local

Somos una compañía multinacional, diversa en localizaciones, culturas, mercados y clientes. Apostamos por una gestión local enfocada a las necesidades de cada cliente y mercado, manteniendo una visión global de oportunidades.

Expertos en operaciones

La seguridad alimentaria es la base de nuestras operaciones. Buscamos siempre la máxima eficiencia operativa, la adaptación, la flexibilidad y las últimas tecnologías para ofrecer productos con la máxima relación calidad-servicio-precio.

Líderes en productos

Espíritu innovador, altos estándares de calidad, dedicación al servicio y competitividad son las claves de nuestro liderazgo de mercado en productos. Convertimos las tendencias de alimentación en novedades que se anticipan a las demandas de nuestros consumidores.

Enfoque al cliente

Somos transparentes, confiables y estamos absolutamente enfocados hacia nuestros clientes. Trabajamos día a día para mantener nuestro liderazgo en productos y nuestra excelencia en operaciones para ofrecerles la máxima competitividad y la mejor propuesta de valor.

Rentabilidad como motor del crecimiento responsable

En Foodiverse queremos que nuestro crecimiento sea responsable y rentable, creando valor para nuestro entorno y haciendo partícipes de nuestro éxito a todos cuantos nos han ayudado a conseguirlo.

Equipo directivo

En Foodiverse, lideramos la revolución saludable. Y esto no sería posible sin cada una de las personas que forman parte de nuestro gran grupo, pero, sobre todo, sin nuestro equipo directivo. Con una media de 20 años de trayectoria y 14 años de experiencia en el sector de la alimentación, ellos marcan el rumbo de nuestra revolución.



Rafael Boix
CEO



Antonio González
Dirección Organización y Personas



Federico Ponte
Dirección Finanzas,
Digitalización e Información



Jesús Gómez
Dirección Compras y
Agromediterránea



Cristina Puchades
Dirección Seguridad Alimentaria,
Sistemas de Gestión y Conocimiento



Fernando Bas
Dirección Ética, Compliance y
Comunicación



Esther Verdú
Dirección Operaciones
Agrícolas-Espace



Jose Daniel Bóveda
Dirección IV Gama Iberia



José Ramón Martínez
Dirección IV Gama Europa



Joaquín Félix
Dirección Unidad de Nutrición

Nuestra actividad

Ofrecemos productos de la máxima calidad y frescura, en categorías atractivas y en crecimiento, para todas las etapas de la vida de nuestros consumidores. Foodiverse está centrado en los sectores agrícola, IV gama y nutrición, contando así con 4 grandes líneas de actividad:



Directos del campo

Cultivamos nuestros propios vegetales desde la misma semilla para que nuestros productos lleguen al consumidor con la máxima frescura. Ofrecemos más de 25 variedades de vegetales, hortalizas y hierbas aromáticas, contando además con un variado surtido BIO, de acuerdo con nuestro compromiso con la sostenibilidad.

Fresco y listo

Seleccionamos, preparamos, lavamos y envasamos los vegetales directos del campo, para ofrecer productos prácticos a aquellos que disponen de poco tiempo para cocinar y quieren mantener una alimentación equilibrada. Contamos con más de 700 referencias de ensaladas, fruta y vegetales listos para comer, calentar, cocinar o preparar.



Base vegetal

Nuestra capacidad de innovación nos ha permitido desarrollar una nueva categoría de productos de base vegetal. A través de nuestros *smoothies* de fruta y verdura, cremas vegetales, *snacks* untables y alternativas vegetales al yogur, ofrecemos soluciones para los diferentes modelos y hábitos de alimentación actuales.

Alimentación infantil

Acompañamos a los bebés y niños a lo largo de todas sus etapas de crecimiento, desde los 6 meses hasta los 12 años, ofreciendo más de 100 referencias en formato *pouch* y tarrito, de las cuales el 50% son certificadas BIO. Elaboramos recetas naturales, sin conservantes ni colorantes, de frutas, verduras con carne o pescado y postres lácteos, todas ellas con un bajo contenido en azúcares y grasas.



Somos productores

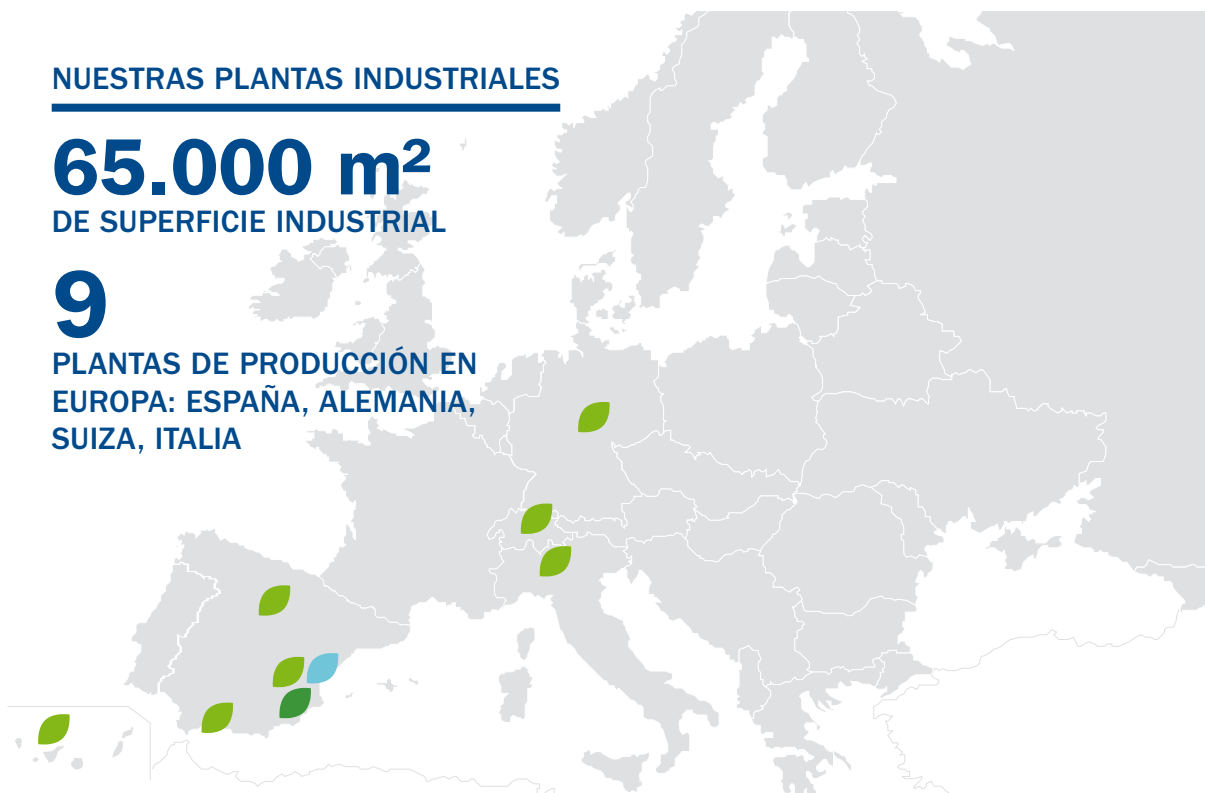
Nuestra actividad dentro del sector alimentario abarca toda la cadena de producción, desde la propia semilla hasta la mesa de los consumidores, cultivando y produciendo todos nuestros productos. Combinamos nuestra experiencia como agricultores con una gran capacidad industrial como esencia de nuestra actividad.

NUESTRAS PLANTAS INDUSTRIALES

65.000 m²
DE SUPERFICIE INDUSTRIAL

9

PLANTAS DE PRODUCCIÓN EN
EUROPA: ESPAÑA, ALEMANIA,
SUIZA, ITALIA



NUESTROS CAMPOS

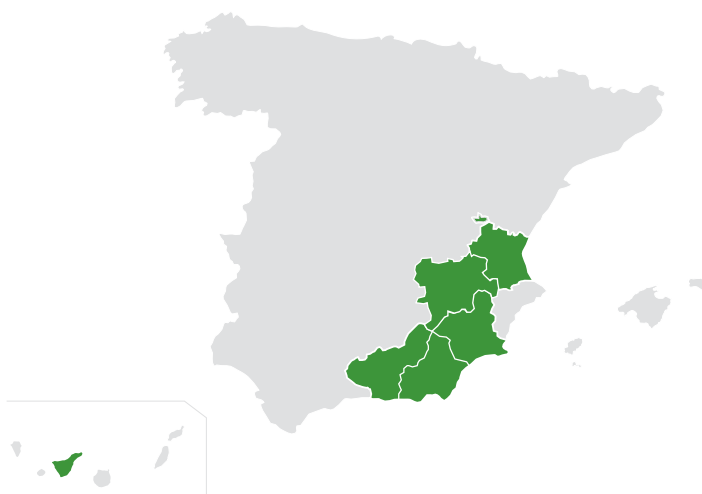
4.000
HECTÁREAS DE CULTIVO

21

FINCAS

6

PROVINCIAS DE ESPAÑA



Nuestro grupo

Foodiverse está formado por 8 empresas líderes en los mercados en los que opera y por las marcas Sun&Vegs, BIO Sun&Vegs y Byba.

Somos un grupo agroalimentario centrado en los sectores agrícola, IV gama y nutrición.

Verdifresh, Mesturados Canarios, Thurländer, Müller y Novanatura son nuestras empresas especializadas en la categoría de fresco y listo.

Agromediterránea y Espace están especializadas en el cultivo, la elaboración y comercialización de productos agrícolas directos del campo, donde contamos además con nuestro propio Centro de Innovación Agronómica, el gran laboratorio agrícola de I+D del grupo.

Alnut es nuestra empresa especializada en la elaboración de productos de base vegetal y alimentación infantil.

Nuestra marca corporativa



Nuestras empresas



España



España



Alemania



Islas Canarias -50% de participación



Campos en España



España



Centro de Innovación Agronómica Montserrat, perteneciente a Espace



Suiza



Italia

Nuestras marcas comerciales



Nuestras marcas comerciales

Con personalidad propia

En Foodiverse, queremos revolucionar la alimentación saludable, llevándola hasta la misma mesa de nuestros consumidores. Por eso, desde el año 2017, contamos con nuestras propias marcas comerciales, para dirigirnos de manera directa hacia nuestros consumidores.

Contamos con 2 grandes marcas comerciales propias: Byba y Sun&Vegs.



A través de Byba, comercializamos nuestro propio surtido de productos de alimentación infantil, para acompañar a nuestros pequeños consumidores en todas sus etapas de crecimiento, desde los 6 meses en adelante. Con Byba, estamos presentes en Europa, Asia y, desde 2020, también en EEUU y Australia, pudiendo abarcar cualquier mercado global.



Nuestra marca Sun&Vegs nace de la creencia firme en la importancia de comer sano y equilibrado y de mantener un estilo de vida saludable, recordando que cuidarse puede – y debe – ser sinónimo de disfrutar. A través de Sun&Vegs, ofrecemos un amplio surtido de productos vegetales frescos, saludables y prácticos, pensados para satisfacer los distintos gustos de nuestros consumidores de forma divertida y apetecible, siguiendo las tendencias en alimentación.



Contamos con una línea propia de productos con certificado ecológico, BIO Sun&Vegs, y estamos presentes en 25 países de toda Europa, en diferentes canales de distribución: *retail*, *Food Service*, *online* y *vending*.

Navegamos por el nuevo universo Sun&Vegs

Para afianzar el crecimiento de nuestra marca, lanzamos nueva página web junto a un innovador rediseño de *packaging* y envases más sostenibles.

Nueva web

Más fresca, moderna y visual. Así es la renovada página web de Sun&Vegs (www.sunandvegs.es), que permite al consumidor acceder de una manera más rápida e intuitiva a todos nuestros contenidos.

*Lanzamos nueva web
en España, Portugal,
Italia y Suiza*

El nuevo diseño da protagonismo a nuestros productos, incluyendo sus ingredientes e información nutricional. Incluye una original sección de 'recetas' para todos los gustos, ocasiones y momentos, con propuestas deliciosas, fáciles de preparar y muy apetecibles: desde aperitivos, comidas o cenas a platos veganos.

Además, hemos reforzado nuestra presencia digital en los perfiles de Sun&Vegs en Instagram y Facebook, que nos ayudan a conectar de manera directa con nuestros consumidores y transmitir los valores de nuestra marca en todo el mundo.

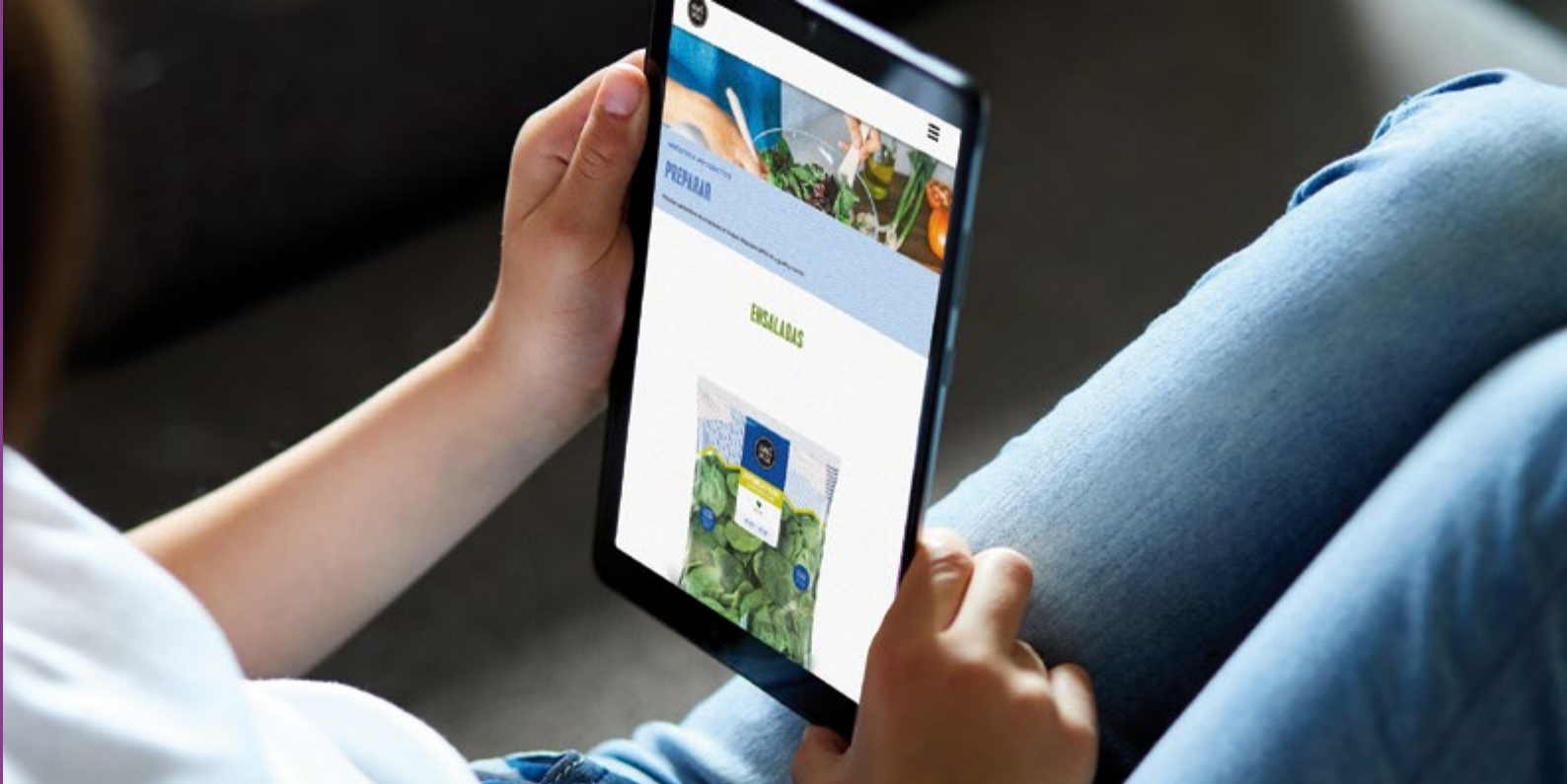
Nuevo diseño en directos del campo



Rediseñamos nuestro *packaging*

En la categoría de directos del campo, hemos apostado por la transparencia en el envase y los colores de nuestro logo, el blanco y el negro. Con ello reflejamos los valores de nuestra marca: calidad, excelencia, modernidad y tendencia, presentando un diseño muy cuidado en el que ahora, además, las etiquetas se adaptan perfectamente a cada producto, incluyen *claims* nutricionales e ideas de preparación.

Por otro lado, para el mercado italiano, en el que estamos presentes desde 2019, hemos lanzado nuevos diseños para las ensaladas en *bowl*, que nos permiten adaptarnos a los gustos locales y conectar con el estilo de nuestros consumidores.



Calabacín BIO con fajín de papel

máticas, ahora hechos de rPET 100% reciclado. Además, en nuestras ensaladas completas, el 70% de los envases en *bowl* procede de material reciclado y es 100% reciclable, mientras que los envases de cartón cuentan con la certificación FSC.

Nuevos canales: *online y vending*

Nuestra marca es saludable, auténtica y también revolucionaria. Si en 2018 innovamos llevando los productos de Sun&Vegs a las máquinas expendedoras automáticas de la Comunidad Valenciana (España), en 2020 volvemos a sorprender: aterrizando en el canal *vending* en las Islas Canarias (España) y en Italia.

Además, la gama de postres 100% vegetales 'es coco' puede encontrarse en el canal digital, a través de grandes plataformas de venta *online* global.

Avanzamos en sostenibilidad

Como parte de Foodiverse, estamos firmemente comprometidos con nuestro entorno, un hecho que se refleja en la búsqueda constante de envases más sostenibles, que nos permitan continuar asegurando la máxima calidad y seguridad alimentaria.

Por ello, hemos fortalecido la gama BIO de directos del campo con un *packaging* cero plástico y hemos reducido el micraje de los blisters de hierbas aromáticas, ahora hechos de rPET 100% reciclado.

Nuevo *packaging* Italia



Nuestras empresas

Foodiverse se compone de 8 compañías independientes y gestionadas de forma autónoma, líderes en cada uno de sus sectores en Europa.



Valencia, Burgos y Málaga, España.

Somos especialistas en el desarrollo y elaboración de ensaladas y vegetales frescos listos para consumir o cocinar. Nuestros 20 años de liderazgo en productos y cuota de mercado en España nos avalan y desde nuestras 3 plantas de producción damos cobertura a España, Portugal y Francia. Contamos con productos con certificación ecológica y formatos específicos para *Retail*, *Food Service* y *Horeca*, además de propuestas para un *vending* saludable.



Tenerife, España.

En 2007 llevamos nuestro negocio de ensaladas y vegetales frescos listos para consumir o cocinar a las Islas Canarias, donde, además, cultivamos la mayoría de los vegetales que procesamos, provenientes de fincas situadas en Tenerife y Gran Canaria. Con productos por y para Canarias, somos líderes del sector en las Islas desde hace más de una década.



Thurland, Alemania.

Fundada en 1989, en Thurländer fuimos pioneros en IV gama en Alemania. En la actualidad lideramos el segmento de ensaladas en formato *bowl* en el mercado alemán y trabajamos con las principales cadenas de distribución del centro de Europa: Austria, Suiza, Dinamarca o Países Bajos.



Zug, Suiza.

Pioneros desde 1969 en la elaboración de productos de IV gama en Europa. Somos especialistas en la elaboración de ensaladas y fruta preparada lista para consumir. Trabajamos con las principales cadenas de distribución en Suiza, siendo líderes en este mercado.



Novara, Italia.

Somos especialistas en la elaboración de ensaladas listas para consumir y contamos con una línea de productos untables, como *hummus* y guacamole, hechos a partir de ingredientes 100% naturales. Desarrollamos innovadoras referencias de IV gama y soluciones para *Food Service* para nuestros clientes en toda Italia.



Murcia, España.

En Agromediterránea somos especialistas, desde hace más de 20 años, en la elaboración y comercialización de productos agrícolas directos del campo. Trabajamos mano a mano con nuestros clientes para ofrecerles soluciones integrales personalizadas de suministro de producto fresco, desde la semilla hasta la entrega. Contamos, además, con variedades específicas destinadas a la industria de IV gama y ofrecemos un amplio surtido certificado BIO.



Murcia, España.

A través de nuestra compañía Espace, gestionamos 4.000 hectáreas de cultivos propios en 21 fincas distribuidas en 6 provincias españolas. En nuestros campos, cultivamos una amplia variedad de vegetales, como lechugas, calabacín, brócoli, rabanitos o maíz, y un amplio surtido de hierbas aromáticas.



Valencia, España.

Somos especialistas en el desarrollo y elaboración de productos de alimentación infantil y familiar: desde purés de frutas, verduras, carne y pescado, hasta postres lácteos. Adicionalmente, elaboramos una innovadora línea de productos de base vegetal, como *smoothies*, cremas de verduras y alternativas vegetales al yogur. Contamos con una amplia red de clientes en todo el mundo, principalmente en Europa y Asia, y desde 2020 también en Australia y EEUU.

Nuestra marca corporativa

Foodiverse: Nueva imagen, misma esencia

Para reforzar el crecimiento internacional del grupo y abordar un futuro de retos y éxitos, comenzamos una nueva etapa, estrenando una nueva imagen corporativa mientras nuestra esencia se mantiene inquebrantable. Os presentamos nuestra nueva marca corporativa: Foodiverse.

Foodiverse una identidad que vertebra nuestra manera de ver y entender el universo de la alimentación saludable, nuestra diversidad como grupo internacional y nuestros valores inalterables, que nos permiten focalizarnos en unas estrategias sólidas para alcanzar un crecimiento sostenible en el tiempo.

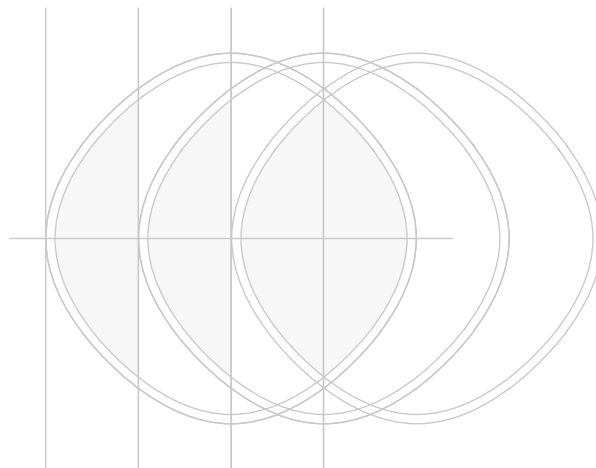
Con Foodiverse rendimos tributo a nuestras raíces y al legado de todas las empresas que componen el grupo, mientras miramos firmemente hacia el futuro: un futuro dinámico y apasionante.



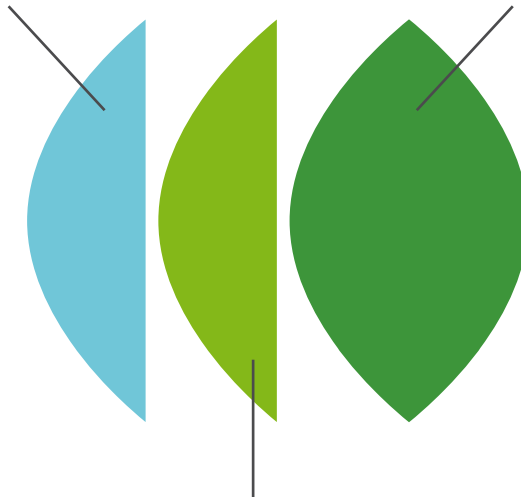
Nuestro símbolo

El campo, la tierra, la semilla y los brotes son nuestras raíces. Nuestro símbolo, compuesto por tres hojas, es un homenaje al corazón de nuestro negocio: desde el origen, en el campo, hasta nuestros productos más sofisticados.

Construimos nuestro símbolo partiendo de nuestras raíces, de nuestra identidad local y de la figura que nos representa. Nuestras marcas interactúan, colaboran y se unen, formando una intersección bajo el paraguas Foodiverse, representando el trabajo en equipo, la excelencia y el talento que, aunados, hacen posible la versatilidad y la expansión del grupo.



Con el color Aqua Blue reflejamos uno de los recursos más preciados, el agua, fuente de vida y salud.



El color Baby Leaf Green nos devuelve a los primeros brotes que nacen en nuestros campos y que representamos a través de la hoja completa.

El color Iceberg Green representa la esencia y la base de nuestro negocio: las ensaladas y vegetales frescos y listos para consumir.

Nuestra marca

El universo de la alimentación saludable, eso es a lo que nos dedicamos. Presentamos nuestro nombre de forma cercana, amable y de tendencia: en un vivo color verde y en minúsculas.

Nuestro logo principal

Uniando nuestro símbolo y nuestra marca, obtenemos el logotipo de Foodiverse. Limpio, honesto, con líneas depuradas, equilibrado e innovador, como nosotros. Proyectado de forma prioritaria sobre fondo blanco ensalzamos nuestro espíritu HOLD, la máxima calidad y seguridad alimentaria y la excelencia.

*Foodiverse
representa el futuro
de nuestro grupo*

Apuesta por la comunicación

Para dar paso a esta nueva etapa, hemos acompañado el lanzamiento de nuestra marca Foodiverse con la publicación de una nueva web, un vídeo corporativo y nuestro nuevo perfil en LinkedIn, donde nuestros *stakeholders* podrán conocer mejor nuestros valores, nuestra esencia, las marcas del grupo y, en definitiva, nuestra revolución saludable.

QUIENES SOMOS

Nace Foodiverse

Para celebrar el nacimiento de nuestra marca corporativa, llevamos a cabo eventos internos de forma simultánea en todos nuestros centros de trabajo, donde nuestro equipo pudo conocer, de primera mano, nuestra nueva imagen y su potente significado.







A close-up photograph of a wooden spoon and a glass jar filled with a blue liquid, set against a blue background. The spoon is positioned diagonally, and the jar is in the upper left corner. The text "Revolución saludable" is overlaid on the right side of the image.

Revolución saludable

Nuestra propuesta de valor

La revolución saludable es el núcleo de nuestra actividad y nuestra misión como compañía.

Nuestra propuesta de valor consiste en hacer la alimentación saludable más accesible y más apetecible que nunca, ayudando a nuestros consumidores a mantener una alimentación equilibrada a través de productos innovadores, sabrosos y de tendencia, siempre en formatos prácticos para llegar al mayor número de consumidores posible y permitirles cuidar de su salud y disfrutar del día a día, en cualquier momento y en cualquier lugar.



La innovación está en el corazón de Foodiverse, de nuestros productos, de nuestras marcas y, cómo no, de nuestra revolución saludable. Es nuestra naturaleza, nuestro legado, la clave de nuestro éxito y el motor de nuestro crecimiento. Y es que la innovación es un aspecto clave de nuestra revolución, pues sin este espíritu no seríamos capaces de ofrecer a nuestros consumidores nuestra propuesta de valor.

Desde nuestros orígenes, hemos sido pioneros en todo cuanto hacemos para satisfacer las demandas de los consumidores, quienes exigen una alimentación cada vez más saludable, más accesible, más fácil y con un sabor insuperable.

Para ello, convertimos las tendencias globales de alimentación en novedades, anticipándonos a las demandas del consumidor. Así es como conseguimos ir siempre un paso por delante, y liderar, en un mundo en constante transformación, la alimentación saludable del presente y también del futuro.



Revolucionando la innovación agronómica

Fruto de nuestro espíritu innovador y nuestro compromiso con la sostenibilidad, contamos con un laboratorio propio de I+D agrícola: nuestro Centro de Innovación Agronómica en Montserrat (España).

Enfocado en la seguridad alimentaria de nuestros productos, el CIAM nos sitúa a la vanguardia tecnológica en la investigación de procesos y métodos de cultivo más eficientes y sostenibles, así como en el desarrollo de nuevos productos como los brotes tiernos y los *microgreens*.



CIAM

Centro de Innovación
Agronómica

1,3 M€
DE INVERSIÓN EN I+D

30 ha
DE SUPERFICIE
AGRÍCOLA

2
CÁMARAS CON
CONTROL DE CLIMA

1,2 ha
DE INVERNADERO

10 M
DE PLANTAS EN
INVERNADERO



Cultivando el futuro

El año 2020 ha supuesto la culminación de la fase de investigación y desarrollo del proyecto Farmitank, un sistema pionero de cultivo hidropónico vertical en ambiente controlado. La experiencia y el conocimiento adquiridos nos abren las puertas a desarrollos sostenibles, que indudablemente nos sitúan a la vanguardia del sector. Este sistema nos permite cultivar distintos vegetales, como lechugas vivas con raíz o hierbas aromáticas en cualquier parte del mundo, garantizando la máxima eficiencia en el uso de recursos naturales, con una huella de carbono reducida, sin tratamientos fitosanitarios y con un suministro estable todo el año.

Mayor eficiencia y sostenibilidad en cultivo

En nuestro proyecto *Baby Leaf*, de cultivo de brotes tiernos en bandejas sobre sustrato, seguimos dando pasos importantes. Hemos introducido dos nuevas variedades en la fase de producción, lo que nos permitirá conseguir en los próximos años un mayor rendimiento y mayor calidad de producto. Esto, combinado con la estrategia de reducción de aplicación de tratamientos fitosanitarios actual, nos permitirá ofrecer a nuestros consumidores productos sin residuos.

Últimas tendencias de alimentación: Microgreens

A través de este proyecto -enmarcado en nuestro compromiso con la mejora nutricional-, desarrollamos nuevos productos de gran valor añadido como los *microgreens*: primeros brotes de vegetales vivos con una gran concentración de nutrientes.

Habiendo sido pioneros en producir y comercializar los *microgreens* en España, desde este año 2020 también podemos ofrecer el producto listo para consumir ya cortado. Además de *kale*, rabanito, brócoli y mostaza, introducimos nuevas variedades como remolacha, garbanzo, cilantro, albahaca, rúcula, cebollino, mizuna roja y verde o *pak-choi* rojo y verde.

FARMITANK

- MÁXIMA EFICIENCIA: PRODUCTIVIDAD DEL SUELO X18
- 95 % AHORRO DE AGUA RESPECTO A CAMPO ABIERTO
- MÁXIMA SEGURIDAD ALIMENTARIA
- LIBRE DE FITOSANITARIOS
- CONTROL DE CONDICIONES CLIMÁTICAS
- KM 0: CULTIVO DE PROXIMIDAD



Innovación en productos

Nuestra capacidad de innovación nos permite seguir revolucionando los lineales año tras año. En concreto, este 2020, hemos lanzado más de 130 novedades, entre las que se incluyen más opciones de ensaladas y fruta fresca listas para consumir, un aumento de nuestras referencias BIO en las diversas categorías, el desarrollo de nuevos productos de base vegetal y recetas *clean label*, en alimentación infantil.

70%
EFECTIVIDAD
EN NUEVOS
LANZAMIENTOS

Directos del campo

La innovación comienza en nuestros campos. Con el foco dirigido en cubrir la creciente demanda de productos ecológicos, nuestro surtido de productos directos del campo cuenta con diversas referencias BIO, como calabacín, iceberg o brócoli, incorporando este año nuevos envases más respetuosos con el medio ambiente.

Durante el año 2020 también hemos innovado ofreciendo nuestros vegetales en presentaciones prácticas y con las que alargamos la vida útil del producto, como las floretas de brócoli en bandeja de 350 g o los rabanitos en vasito. También lanzamos formatos mini, para reducir al máximo el desperdicio alimentario, y pensando en las familias actuales.

Dentro de nuestro surtido de hierbas frescas, llega al mercado el Mix México. Una combinación de aromáticas básicas en la cocina mexicana.



Fresco y listo

Nuestra categoría de fresco y listo sigue creciendo con nuevas y originales propuestas: más prácticas, variadas, adaptadas a los gustos locales en cada mercado, y siempre frescas y saludables. ¿El resultado? Un 2020 con más de 100 lanzamientos en esta categoría.

Para dar respuesta a las últimas tendencias de consumo, hemos lanzado las nuevas ensaladas ultra-frescas *Daily Bowl*, en envase sostenible y dirigidas al mercado suizo y alemán, y nuestros *Premium Bowls*, con recetas adaptadas a los gustos de nuevos consumidores holandeses.

También hemos sorprendido al consumidor alemán y suizo con combinaciones frescas y de tendencia, como los *sticks* de verduras -palitos de pepino, de zanahoria o pimiento- para dipear y en formato *snack*.

Por otro lado, nuestro surtido de fruta fresca lista para consumir, dirigido a diferentes canales en el mercado suizo, cuenta con 20 novedades. Se basan en piña, mango, granada, coco o, incluso, como novedad, el pepino. El formato *daily*, en vasito, ha sido una de nuestras innovaciones de este año.

Dirigidas al mercado alemán, hemos lanzado nuevas mezclas de ensaladas. Nuestros *Protein Pots* y *Pots* veganos están elaborados con ingredientes de tendencia y son perfectos, por su pequeño formato, como entrante o para completar una comida.

Nuestras *Hit Salads*, también para el mercado alemán, son una expresión más de son una expresión más de nuestra capacidad de adaptación e innovación para dar respuesta a las nuevas necesidades de los consumidores. Se trata de nuevas recetas de ensaladas y frutas, elaboradas a partir de ingredientes de temporada, en envases prácticos y más sencillos que permiten disfrutar de una propuesta fresca y saludable a precios muy asequibles.

Otras novedades a destacar son las ensaladas Pasta&Rúcula de Sun&Vegs o la deliciosa Caprese, esta última inspirada en la tradicional receta italiana. Además, en Portugal seguimos ampliando nuestra presencia en los lineales con nuevas referencias, como las ensaladas Capri o Pasta&Atún, deliciosas mezclas de hortalizas con pasta adaptadas a los gustos del consumidor portugués.

+100
NOVEDADES EN
FRESCO Y LISTO



Alimentación infantil

Hemos lanzado al mercado 16 novedades, entre las que destacan los productos *clean label*, sustituyendo los concentrados de frutas por zumos sin azúcares añadidos y sin almidones.

Siguiendo esta línea, también hemos impulsado recetas con cereales alternativos que aportan una mayor fibra y aminoácidos esenciales. Además, para nuestros pequeños consumidores de hasta 36 meses, hemos elaborado una gama de yogur de fruta con recetas *clean label*, sin azúcares añadidos, pues solo contienen los azúcares naturalmente presentes en las frutas, los cereales y el yogur.

Nuestras recetas, formatos y sabores también se adaptan a los gustos locales de cada mercado. Una clara muestra de ello son las natillas en formato flexible, en *pouch*, dirigidas a consumidores de EEUU.





Base vegetal

Ofrecemos alternativas 100% vegetales a aquellos consumidores que optan por nuevos modelos de alimentación, ya sean veganos, flexitarianos o vegetarianos.

La familia de productos de base vegetal crece con 2 deliciosas propuestas de tendencia, como son 'es coco' natural y 'es coco' chocolate. Una sabrosa alternativa a los postres lácteos, sin lactosa ni gluten.



Innovación en procesos

Nuestra revolución saludable requiere innovación constante en todos los aspectos, así como adaptación continua, para ofrecer a nuestros consumidores nuestra propuesta de valor. Por ello, en Foodiverse, innovamos no solo en productos, sino también en procesos a través de toda la cadena de valor, desde el campo a nuestras plantas productivas.

Somos expertos en operaciones. Buscamos siempre la máxima eficiencia operativa, adaptación, flexibilidad y las últimas tecnologías en todos nuestros procesos con un objetivo irrenunciable: ofrecer productos con la máxima relación calidad-servicio-precio.



Desde el mismo origen, en el campo

La eficiencia comienza en nuestro semillero y en nuestros campos y cultivos, donde combinamos una gran experiencia agrícola con innovación para alcanzar la máxima calidad, eficiencia y productividad, siempre con un uso responsable de los recursos naturales.

Adaptando nuestras formas de trabajo en campo, hemos mejorado la densidad de plantación de lechuga romana durante todo el año. Asimismo, los cambios realizados en la densidad de siembra en el cilantro y el perejil han mejorado la calidad y la productividad de nuestras hierbas frescas.

Por otro lado, en nuestro sistema de riego por goteo, hemos mecanizado la recogida de las cintas utilizadas a través de maquinaria específica, lo que confiere a los equipos mayor ergonomía y eficiencia. Otras actuaciones realizadas en nuestros procesos agrícolas se han traducido en una mayor calidad y homogeneidad del cultivo y, en el caso del calabacín, en una mejor protección ante el virus Nueva Delhi y una mejora de la calidad y rendimientos.

A través de todas estas actuaciones contribuimos, además del cuidado de nuestro entorno, a mejorar nuestra calidad, eficiencia y productividad, ofreciendo productos más sostenibles.



Eficiencia, servicio y competitividad en todos nuestros centros productivos

La eficiencia recorre todas nuestras plantas. Examinamos cada una de las fases de producción para identificar posibles áreas de mejora y definir nuevos procedimientos industriales, aportando mayor versatilidad, eficiencia y control a nuestra actividad.

Dotamos nuestros procesos de la última tecnología para facilitar la conexión entre el campo y el producto final. En la planta productiva agrícola Agromediterránea situada en Dolores de Pacheco (España), hemos desarrollado este año distintas mejoras enfocadas a obtener mayor eficiencia y productividad. Cabe destacar, entre otras, la reestructuración y puesta en marcha de nuevas líneas de calabacín, maíz y brócoli, lo que ha permitido incrementar nuestra capacidad productiva en un 50%. Además, se ha construido un nuevo almacén, especialmente acondicionado para calabacín.







Gracias a todas las mejoras operativas, estamos orgullosos de que, a día de hoy, Agromediterránea sea sinónimo de eficiencia, calidad y servicio para nuestros clientes durante las 52 semanas del año.

La tecnología al servicio de la eficiencia se extiende a nuestras instalaciones de Verdifresh en Aranda de Duero (España), el centro productivo que ha liderado nuestra estrategia para crecer en nuevos mercados y canales, y enfocado a reforzar la apuesta comercial en España y Portugal.

Uno de los retos conseguidos durante el año 2020 ha sido la centralización del servicio de logística y transporte para nuestros clientes, lo que ha representado todo un reto a nivel organizativo, técnico y humano.



TRANSFORMACIÓN LOGÍSTICA EN VERDIFRESH ARANDA

-  **95% DEL SERVICIO *PICKING* CENTRALIZADO**
-  **SAP *PICKING* Y PREPARACIÓN DE PALETS CON TERMINALES MÓVILES DE RADIOFRECUENCIA**
-  **4 PERSONAS DIARIAS, REALIZANDO MÁS DE 80-110 AGRUPACIONES**
-  **1>5 SERVICIOS DIARIOS EN ESPAÑA**
-  **1>2 SERVICIOS DIARIOS EN PORTUGAL**
-  **ENFARDADORA SEMIAUTOMÁTICA**



El cuidado por cada una de las fases por las que pasa nuestro producto se plasma en una constante revisión de los procesos, cuya finalidad no es otra que mantener nuestra competitividad, eficiencia y sostenibilidad. Con este propósito, hemos acometido en nuestras 3 plantas productivas de Verdifresh, en España, adaptaciones con las que podemos realizar productos específicos para nuestros clientes, como las zanahorias en rodajas. Además, en Verdifresh Riba-roja, la adaptación de maquinaria ha supuesto prácticamente duplicar la capacidad de pelado de vegetales en la planta, hasta los 1.000 kg/h.

Cada detalle cuenta a la hora de innovar y ser más eficientes. Por ello, en Alnut (España) nuestra planta productiva más versátil y robotizada, hemos procedido a la automatización de las líneas de tratamientos térmicos, además de mejorar el *layout* de los procesos de envasado, consiguiendo así una mayor productividad y seguridad para nuestros empleados en planta.

Central de Compras: un modelo de compras corporativo

Agromediterránea, además de ser la compañía comercializadora de productos agrícolas del grupo, actúa también como Central de Compras de Foodiverse. Fue diseñada con el objetivo de armonizar los procesos de compra, especialmente de productos hortícolas y para el suministro de materias primas hortícolas y no hortícolas, en todos los centros productivos.

Permite el alineamiento estratégico global de las decisiones de compra y suministro, potenciando la gestión local

Sustentada sobre una visión global de las necesidades del grupo, hemos seguido avanzado en este proyecto, redefiniendo las estrategias de compras, las relaciones con proveedores y la estandarización de productos y procedimientos, con el objetivo de continuar aumentando nuestra eficiencia.

En este sentido, este año hemos desarrollado metodologías de trabajo, como las "mesas de compras" semanales, la estandarización de procesos, la unificación de códigos de todas las materias primas utilizadas por el grupo, para una mejor gestión operativa o la puesta en marcha de un 'supermercado virtual' dentro de nuestra Intranet, donde nuestro equipo puede consultar el listado completo de productos hortícolas, industriales y auxiliares que se compran en el grupo.

Digitalización al servicio de la eficiencia

La tecnología al servicio del crecimiento, la eficiencia y la competitividad en la gestión diaria de Foodiverse, ha permitido conseguir importantes hitos hacia una completa transformación digital 4.0., tanto en nuestras oficinas centrales como en nuestros centros productivos.

SAP en todos nuestros centros productivos

En nuestra planta de Thurländer (Alemania), hemos abordado el cambio en SAP de las áreas de Ventas y Producción, disponiendo así de datos en tiempo real para ayudar al máximo en las operaciones a la toma de decisiones.

Para hacer frente a la centralización del servicio de logística y transporte en Verdifresh Aranda (España), hemos puesto en marcha en SAP un sistema de *picking* y preparación de palets con terminales móviles de radiofrecuencia, un sistema con el que digitalizamos todo el proceso de preparación, impresión de etiquetas y *picking* de cargas en camiones.

Por su parte, Mesturados Canarios en Tenerife (España), ha liderado el cambio en el modelo de producción en SAP en gestión de componentes y fabricación de productos, que favorece un mejor control de calidad de costes y una mejor gestión del aprovisionamiento. Un cambio que se efectuará durante 2021 en las plantas de Verdifresh, en España.

Para armonizar el flujo de materia prima desde la Central de Compras del grupo, hemos implantado una actualización dentro de nuestro sistema SAP, que posibilita que los centros productivos de Verdifresh (España) y de Novanatura (Italia) consigan un mejor control del proceso de aprovisionamiento y de los precios, en la relación con los proveedores internos y externos.

Josef Müller Gemüse: integración en el modelo de seguridad informática

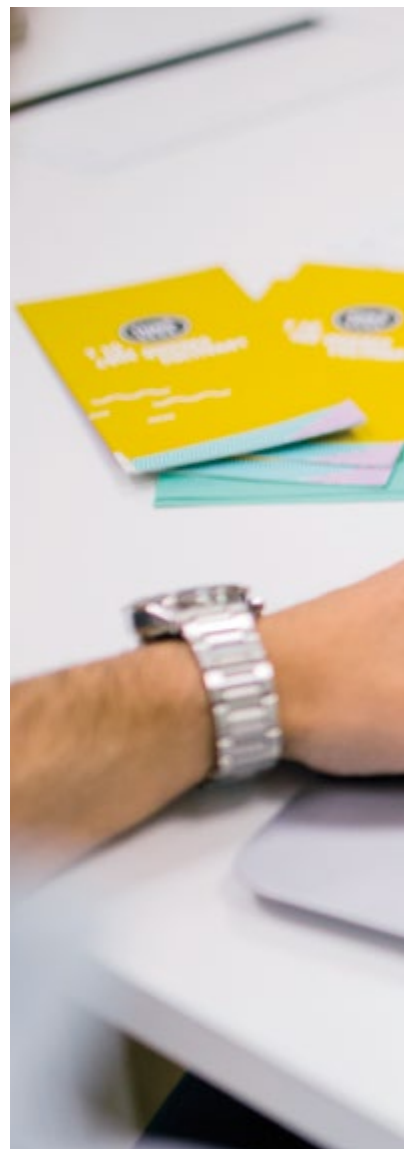
Hemos migrado e integrado todo el sistema de gestión de correo y antivirus al sistema global. Nuestro centro productivo en Suiza dispone así de las mismas herramientas de productividad y seguridad que todas las empresas de la compañía, como Office 365 o Teams, y en cuanto a seguridad se ha implementado la herramienta corporativa Trend Micro.

Business Process Control: consolidación en BI

Hemos puesto en marcha con éxito la utilidad de consolidación de cuentas de la herramienta SAP Business Process Control, que agiliza, entre otros, la preparación de las cuentas consolidadas del grupo.

Social Studio: marketing en la nube

Desde finales de 2020, hemos implantado la herramienta Social Studio, de Salesforce, para potenciar nuestra escucha activa a clientes y consumidores finales en nuestras redes sociales, fortaleciendo así nuestras relaciones con los diferentes *stakeholders* y haciendo seguimiento del rendimiento de nuestras marcas.



Máxima eficiencia de nuestras comunicaciones

La pandemia y su gestión ha sido uno de los desafíos más importantes a los que nos hemos enfrentado durante este ejercicio. Los entornos en la nube, las tecnologías con acceso remoto y aplicaciones como

Una transformación digital global para competir con mayor eficiencia

Lifesize -nuestro sistema de videoconferencias de alta definición- o Teams de Office 365, plenamente instalados en todos nuestros centros, han sido fundamentales para gestionar la interconexión entre las distintas sedes del grupo, posibilitado el teletrabajo y las reuniones no presenciales, preservando así la salud y seguridad de nuestros empleados y permitiéndonos desarrollar nuestra actividad con la máxima agilidad y eficiencia.

Mirando al futuro, a finales del año 2020 presentamos el Plan de Digitalización 2021-2025 de Foodiverse, en el que reflejamos los retos a abordar en las áreas transversales de Aplicaciones, Infraestructura y Organización, con el firme propósito de potenciar la innovación, la eficiencia y la productividad necesaria para seguir creciendo.



Innovación colaborativa

En Foodiverse, crecemos innovando y colaborando. Abrimos las puertas a novedosas formas de cooperación, creando redes de conocimiento e innovación que nos garantizan impulsar las ideas más disruptivas del sector agroalimentario. Forjamos así alianzas estratégicas, colaborando junto a otras empresas, centros tecnológicos de referencia y las más prestigiosas universidades.

+1 M€
DE INVERSIÓN
ANUAL EN I+D+i



Innovamos junto a nuestros proveedores

En Foodiverse, sabemos que el sello de excelencia, calidad y seguridad alimentaria que imprimimos a nuestros productos no sería posible si no contásemos con las mejores materias primas y los mejores proveedores, quienes comparten con nuestro grupo una sólida base de valores, transparencia, innovación y compromiso.

Compartimos el éxito del día a día con nuestros proveedores

En campo, todos nuestros proveedores agrícolas están certificados, atendiendo a los requisitos de cada cliente, con Global G.A.P., Q.S o SwissGAP, sellos que atestiguan sus buenas prácticas agrícolas. Además, colaboramos junto a nuestros proveedores impulsando una producción agraria más sostenible con el desarrollo de cultivos BIO, como calabacín, iceberg y brócoli.

El trabajo de nuestros colaboradores también nos permite mejorar, cada día, nuestras recetas. Así es como hemos conseguido una aceituna de mayor calidad en nuestras ensaladas, reduciendo significativamente el porcentaje de incidencias.

Con el propósito de ofrecer opciones más sostenibles y alineadas con las tendencias actuales de alimentación, contamos con proveedores que disponen del sello azul de pesca sostenible MSC (*Marine Stewardship Council*) en Thurländer (Alemania) y con productores ecológicos en Josef Müller Gemüse (Suiza).

El compromiso con la economía circular nos guía en la reducción de envases y embalajes. Llevamos muchos años trabajando junto a nuestros proveedores de materiales auxiliares para reducir el uso de plástico e innovar con materiales alternativos, biodegradables y compostables. En este sentido, la apuesta por un nuevo envase *pouch* 100% reciclable, el *packaging* con cero plástico en algunas referencias BIO de nuestros productos directos del campo o los *bowls* de cartón 100% reciclado y reciclable de nuestras ensaladas ultra-frescas son, entre otros, claros ejemplos de esta colaboración.

503
PROVEEDORES

+49%
RESPECTO A 2019

131
PRODUCTORES AGRÍCOLAS

137
PROVEEDORES MATERIAS
PRIMAS TOPPINGS Y OTROS

62
PROVEEDORES FRUTA Y
DERIVADOS LÁCTEOS DE
ALIMENTACIÓN INFANTIL

Hitos comerciales

En un año y un escenario sin precedentes, todos nuestros equipos comerciales han demostrado una extraordinaria capacidad de superación para afrontar los múltiples desafíos planteados por la COVID-19.

Calidad, continuidad, servicio e innovación han sido las claves para reforzar la confianza de nuestros clientes, y también para conquistar nuevos países, mercados y canales.

Nuestra intensa actividad comercial se ha traducido en grandes hitos que nos enorgullecen. Hoy, contamos con más de 200 clientes en 30 mercados.

Liderando el segmento de ensaladas listas para consumir

Somos líderes en el segmento de ensaladas listas para consumir en España, Alemania y Suiza, además de contar con un fuerte posicionamiento comercial en otros países de Europa, como Italia, Portugal, Austria, Países Bajos o Dinamarca.

**Líderes en España,
Alemania y Suiza
en ensaladas listas
para consumir**

Merece especial mención nuestra apuesta de IV gama en el mercado portugués donde, a través tanto de nuestra marca Sun&Vegs como con marca de cliente, hemos ganado presencia en los lineales y cosechado grandes resultados, triplicando las ventas respecto al ejercicio anterior y obteniendo cerca del 15% de cuota de mercado.



Sun&Vegs en más mercados y canales

Nuestra marca Sun&Vegs llega al *vending* en Canarias (España) y en Italia. De la mano de operadores líderes, hemos iniciado sendos proyectos para este canal, en el primer caso, con una primera máquina y un surtido de ensaladas, *wraps* y zumos de frutas, y en el mercado italiano con las *Salads Bowls* en *micromarkets*.

Además, nuestro producto 100% vegetal 'es coco' de Sun&Vegs también puede encontrarse ahora en el canal digital, en grandes plataformas de venta *online* global.



Aterrizamos en EEUU con nuevas propuestas de postres y en Australia con alimentación infantil

Estos dos hitos nos abren las puertas a mercados muy amplios, con nuevos perfiles de consumidores que buscan productos de máxima excelencia, adaptados a su estilo de vida, y para los que aportamos soluciones innovadoras adaptadas a los gustos locales.

En España somos líderes en la categoría en formato *pouch* con una cuota de mercado del 41% y en propuestas dulces en tarrito con un 36%. Desde esta posición, reforzamos nuestra presencia en *retail*, con nuevos clientes líderes en distintos países del mercado europeo.



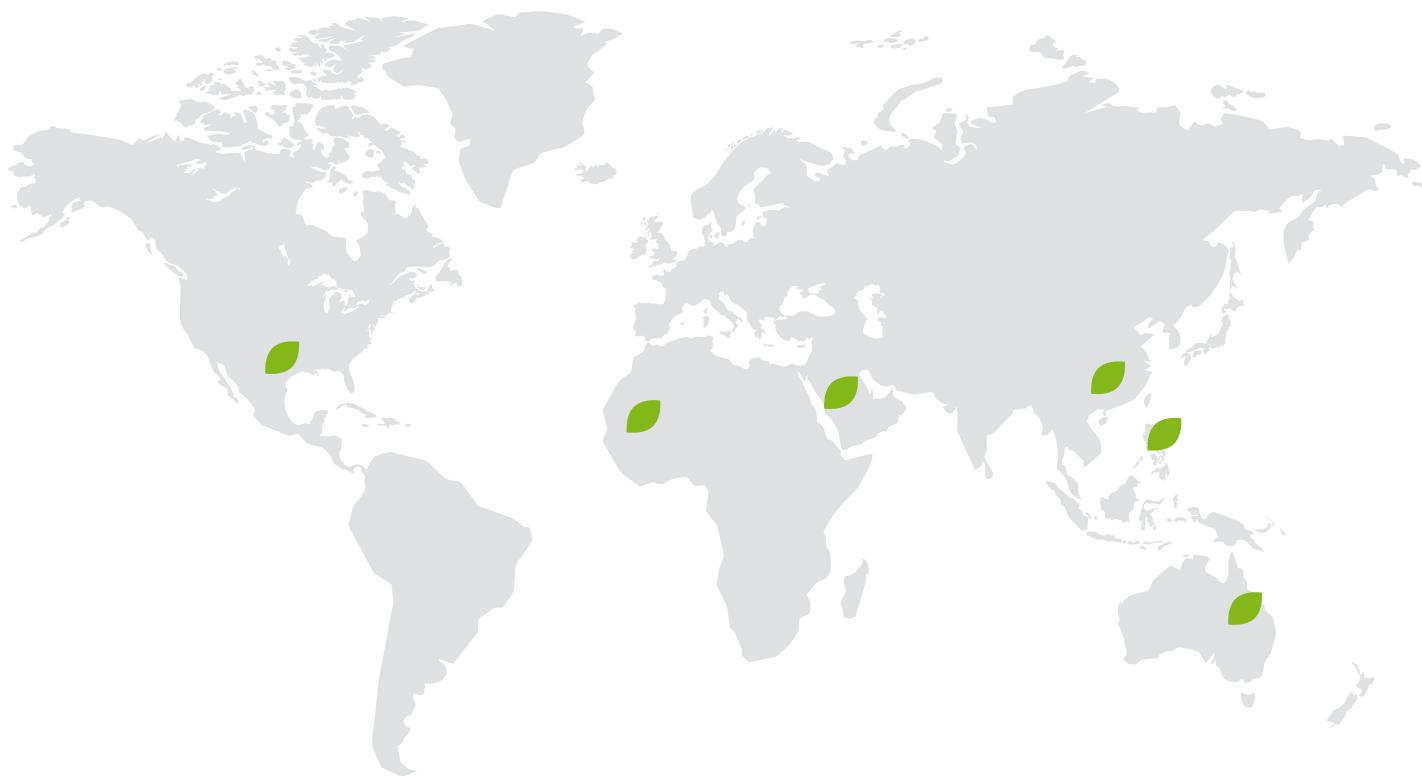
Nuestros productos agrícolas, más fuertes en *retail* en España

Hemos experimentado un crecimiento espectacular en el negocio agrícola, consiguiendo duplicar nuestras ventas de directos del campo en España respecto a 2019. Aumentamos nuestra presencia en los lineales, comercializando nuestros productos en las cadenas de distribución con mayor cuota en el mercado español.

En nuestro afán por buscar nuevos mercados y canales, durante este ejercicio hemos establecido una alianza comercial con Patatas Meléndez, que ahora distribuye en exclusiva nuestros productos agrícolas Sun&Vegs en Mercamadrid, la mayor puerta de entrada al canal Horeca y al pequeño y mediano comercio en España.

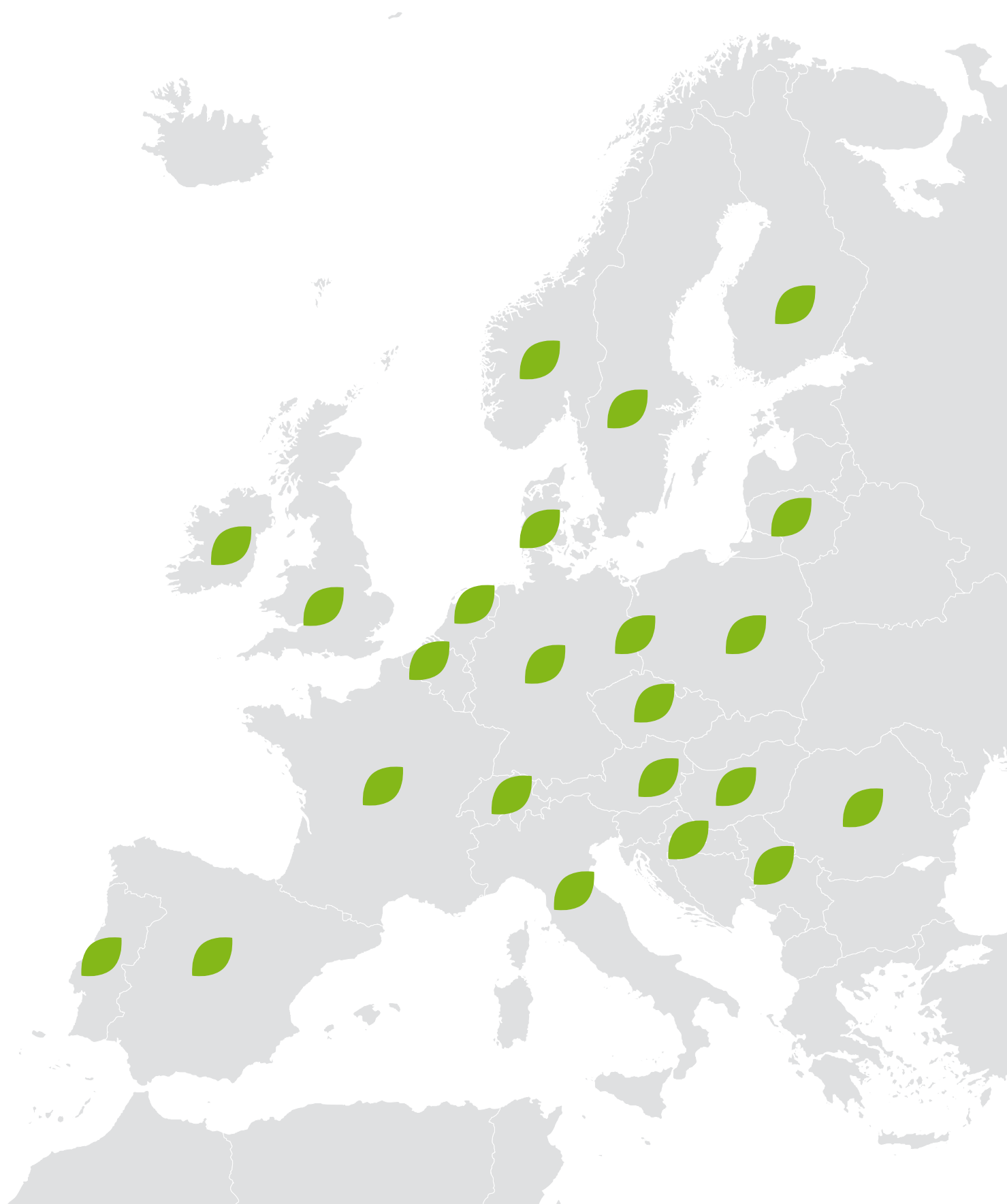


Llevando la revolución saludable al mundo



+200
CLIENTES

30
PAÍSES



Nuestro surtido

DIRECTOS DEL CAMPO

Lechugas



Baby Leaf



Verduras



Hierbas frescas



Microgreens



FRESCO Y LISTO

Daily



Listo para comer



Listo para calentar



Listo para preparar



Listo para cocinar



Fruta lista para consumir



BASE VEGETAL

Smoothies de fruta y verdura



Alternativas vegetales al yogur



Snaks untables



ALIMENTACIÓN INFANTIL

Tarritos de fruta



Tarritos salados



Tarritos lácteos



Pouches lácteos



Pouches de fruta



LÍNEA BIO

Fresco y listo para consumir en barqueta y bolsa



Cultivos BIO



50% de nuestras referencias de alimentación infantil







Nuestro compromiso

Una compañía comprometida

Aportamos nuestra semilla para crear un mundo más sostenible

La misión, valores y estrategia de Foodiverse han marcado, desde nuestros orígenes, nuestro deseo de crecer de forma sostenible y responsable, extendiendo relaciones honestas y transparentes con todos los actores con los que nos relacionamos cada día. Es nuestra manera de ser y hacer las cosas, la única que conocemos.

Por eso, sobre la base de nuestro compromiso con la sostenibilidad, cuidamos de nuestro entorno a nivel nutricional, medioambiental, social y económico, contribuyendo al mejor presente y a un futuro más sostenible.

Desde el año 2011 hemos renovado cada año nuestro compromiso con el Pacto Mundial por la Defensa de los Valores Fundamentales en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción y, con la misma firmeza, nos alineamos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas para 2030.

**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**



València, a 5 de mayo de 2021.

Estimado Secretario General,

En este año tan complicado para todos, es una satisfacción especial dirigirme a usted para transmitirle nuestro compromiso permanente con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Desde Foodiverse nos mantenemos firmes en la protección y defensa de los Derechos Humanos y el medio ambiente. En esta carta quiero trasladarle que, un año más, no solo hemos cumplido con los retos iniciales, sino que hemos sabido adaptarnos, innovar y sacar más que nunca nuestro potencial solidario en un momento de crisis mundial.

Junto a este escrito, le remitimos la Memoria anual de la compañía donde podrá encontrar las principales estrategias y líneas de actuación materializadas durante el 2020 a través de nuestro compromiso nutricional y con la salud, medioambiental, social y económico. Aprovecho también para comunicarle la nueva imagen de nuestra compañía, ahora Foodiverse, que muestra la realidad global de nuestro Grupo, manteniendo la misma esencia que motivó el nacimiento de esta compañía.

En esta Memoria se destaca el compromiso y la responsabilidad de la compañía y, con ello, la importancia de todas y cada una de nuestras personas, que son la base de una cadena vital y esencial, como es la alimentación, durante un momento de emergencia global.

Foodiverse lo formamos 2.562 personas de 65 nacionalidades que aportan diversidad en todos los sentidos. Mantenemos nuestro compromiso con la igualdad a través de nuestra plantilla, compuesta por un 49'53% mujeres y un 50'47% hombres, en la que un 89% de nuestro equipo cuenta con contrato indefinido.


Este año hemos confirmado nuevamente la importancia de los vínculos globales y, quizás más que nunca, de las relaciones locales y cercanas. Desde todos nuestros centros, en España, Suiza, Italia y Alemania, hemos estado apoyando a organizaciones locales donando más de 35.500 kg de vegetales frescos y 640.000 unidades de productos.

En nuestro compromiso por minimizar el impacto medioambiental de nuestra actividad, seguimos innovando en todo lo que hacemos. Nos sentimos orgullosos de haber culminado en 2020 el proyecto Farmitank en nuestro Centro de Innovación Agronómica en Montserrat (España), una idea de cultivo disruptiva que nos permite producir distintos tipos de vegetales en un sistema que garantiza la máxima eficiencia en el uso de recursos naturales, con una huella de carbono reducida y sin tratamientos fitosanitarios.

Además, no cesamos en nuestro empeño de reducir al máximo el uso de plásticos en nuestros envases, introduciendo, gracias a nuestra capacidad de innovación, materiales biodegradables y compostables en todas nuestras categorías de productos. Trabajamos día a día en todos nuestros centros productivos para mejorar, en términos de eficiencia y sostenibilidad, nuestros procesos y cumplir año a año con nuestros objetivos en el uso de agua y electricidad. Por eso, este año nos enorgullece especialmente haber reducido la huella hídrica en Mesturados Canarios un 2,7% y, en Alnut, la huella ecológica un 3,4%.

En definitiva, somos una compañía comprometida, con una visión de crecimiento responsable y sostenible tanto a nivel nutricional, medioambiental, como social y económico, y este es el camino que deseamos seguir. Por ello, queremos renovar, un año más, nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y contribuir así a un mundo más comprometido y justo.

Atentamente,
Joaquín Ballester Martinavarró
Presidente de Foodiverse



Comprometidos con el desarrollo sostenible

En Foodiverse, queremos ayudar a mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores, haciendo posible un futuro más saludable. Siguiendo este principio, contribuimos a la resolución de los principales desafíos actuales y reafirmamos nuestro compromiso con los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.



ODS 2. Hambre cero

Somos mucho más que una compañía dedicada a la alimentación y, como tal, nuestro compromiso con el fin del hambre en el mundo es claro. Una de nuestras principales iniciativas durante este ejercicio tan complicado ha sido la donación de alimentos, con más de 600.000 productos donados.



ODS 3. Salud y bienestar

Como líderes de la revolución saludable, nuestro compromiso nutricional y con la salud es prioritario. Ofrecemos productos de máxima calidad, que ayudan a seguir una alimentación equilibrada de manera fácil, apetecible y accesible, incluyendo productos BIO, sin azúcares y de base vegetal, entre otros.



ODS 5. Igualdad de género

Las personas son la base de nuestro proyecto y la igualdad y la diversidad son los principios que rigen nuestras políticas. Con una plantilla compuesta por hombres y mujeres a partes iguales, ofrecemos un empleo estable, digno, seguro y con tolerancia cero hacia cualquier forma de discriminación.



ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico

Creemos en la rentabilidad como motor de un crecimiento responsable y sostenible. Apostamos por el empleo estable y de calidad—con un 89% de nuestras personas con contratos indefinidos—y por nuestro talento interno y su desarrollo profesional, garantizando un entorno seguro y saludable.

ODS 9. Industria, innovación e infraestructura

Somos innovadores por naturaleza. Impulsamos la innovación en el sector agroalimentario para hacerlo más sostenible y, a través de un enfoque colaborativo, desarrollamos ideas disruptivas que nos permiten transgredir a lo largo de toda la cadena de valor.



ODS 12. Producción y consumo responsables

Nuestra revolución saludable nace de la responsabilidad. Impulsamos medidas para reducir las pérdidas de materia prima y el desperdicio de alimentos, al mismo tiempo que apostamos por la reducción de envases y el desarrollo de alternativas más sostenibles.



ODS 13: Acción por el clima

Cuidamos del planeta adoptando medidas que contribuyen a combatir el cambio climático y sus efectos. A través de nuestra colaboración con Ecoembes, hemos contribuido a la reducción de 2.057 toneladas de CO₂ a la atmósfera.



ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos

En Foodiverse, establecemos colaboraciones con asociaciones sociales, empresariales, sectoriales y educativas a fin de promover proyectos en favor del desarrollo sostenible de nuestro entorno y en nuestro sector.





Compliance, nuestra propia guía de buenas prácticas

Somos una compañía íntegra, honesta y confiable, señas de identidad que permanecen invariables con el paso de los años. Contamos con nuestro propio Código Ético, que constituye una declaración de nuestros principios y valores, así como las pautas de conducta que guían el comportamiento de todas las personas que pertenecemos a Foodiverse en el desarrollo de nuestra actividad profesional.

Siguiendo estos principios, contamos también con un modelo de Compliance propio: una guía que vela por las buenas prácticas en nuestra compañía y nos ayuda a identificar los riesgos operativos y legales a los que nos enfrentamos en cada uno de los países en los que operamos, al tiempo que establece mecanismos de prevención y procedimientos de reacción.

Como compañía responsable, el cumplimiento normativo es un requisito innegociable en todo lo que hacemos, algo que extendemos a todos nuestros empleados y al resto de actores relacionados con nuestro negocio: clientes y consumidores, proveedores y la sociedad en su conjunto.

Así, en el último año hemos reforzado la formación en materia de *Compliance* de todos nuestros empleados y en todas las empresas del grupo, especialmente de las nuevas incorporaciones, con el fin de garantizar que todas nuestras personas se impregnan de la cultura ética y de las pautas de conducta de nuestra compañía. Además, hemos desarrollado, dentro de la Intranet, un apartado específico de *Compliance*, donde nuestros empleados pueden consultar el Código Ético, comunicar cualquier incumplimiento de la Ley o de nuestro Código y realizar consultas al *Compliance Officer*, nuestra figura responsable de supervisar y controlar el cumplimiento normativo dentro de Foodiverse.

La calidad, transparencia y honestidad en nuestras relaciones con proveedores es fundamental en la cadena de valor. Por ello, revisamos constantemente todos nuestros contratos con colaboradores, con el fin de garantizar que se ajustan en todo momento a la legalidad en cada país, fomentando así una cadena de suministro justa y transparente.

Cada una de las acciones que realizamos son un reflejo de nuestra identidad y de nuestros valores, y deben asegurar la rigurosidad, integridad, honestidad y confianza que nos definen desde nuestros comienzos.

Compromiso nutricional y con la salud

Nuestro compromiso con la salud y la nutrición nace desde la misma creación de la compañía y es la base de nuestra revolución saludable.

Somos una compañía de alimentación y, como tal, nuestro compromiso nutricional y con la salud es prioritario. Queremos que alimentarse de forma saludable sea más fácil, apetecible y accesible que nunca, acompañando a nuestros consumidores en las distintas etapas de su vida y permitiéndoles cuidar de su salud en cualquier momento y en cualquier lugar.

Nuestro compromiso se ve plasmado en nuestra extensa gama de productos, siempre innovadores y de tendencia, con una excelente calidad nutricional y con la seguridad alimentaria como base de nuestras operaciones y procesos, desde nuestros campos hasta el producto final, asegurando la máxima calidad, transparencia y trazabilidad de todos nuestros productos, desde la propia semilla.

Nuestros proyectos nutriBEST, HOLD y SAFETY SHIELD agrupan todas las acciones que llevamos a cabo en Foodiverse como muestra de nuestro compromiso con la salud y la nutrición.



En Foodiverse mantenemos un compromiso constante con la mejora nutricional de nuestros productos, fomentando una alimentación equilibrada y un estilo de vida saludable.



La reformulación de productos, el uso de ingredientes naturales, el desarrollo de recetas *clean label* en alimentación infantil o la ampliación de la categoría de base vegetal son algunas de las acciones que hemos realizado en 2020 dentro de nuestro proyecto nutriBEST.

En la categoría fresco y listo, seguimos mejorando nuestras recetas e ingredientes, como el surimi de la ensalada Mil Islas –sin gluten, por lo que es apta para celíacos–, y en los vegetales listos para cocinar ahora ofrecemos la zanahoria en rodajas, gracias a una nueva materia prima que dota al producto de una mayor calidad, homogeneidad y vida útil.

Con el doble propósito de ofrecer soluciones adaptadas a necesidades específicas, como intolerancias o alergias, y de innovar en nuevas tendencias, hemos seguido ampliando nuestra categoría de base vegetal. 'Es coco' natural y 'es coco' chocolate son nuevas recetas aptas para celíacos y veganos, y suponen una deliciosa alternativa, sin gluten ni lactosa, a los postres lácteos.

La mejora continua de nuestro surtido de alimentación infantil nos ha llevado, durante este ejercicio, a sustituir los concentrados de fruta por zumos, a aumentar los valores de fibra de muchas de nuestras referencias, y a desarrollar productos con mayor aporte de vitaminas y minerales, ayudando a que nuestros consumidores más pequeños cumplan con sus valores nutricionales diarios requeridos. Además, hemos seguido impulsando el desarrollo de recetas BIO y *clean label*: sin azúcares añadidos y con una mayor simplicidad tanto en la composición del producto como en el etiquetado.

Nuestro proyecto nutriBEST nos guía también en la promoción y mejora de un etiquetado comprensible, transparente y que incentive prácticas más saludables. Así, en la categoría de directos del campo ahora contamos con un etiquetado que se adapta más a la superficie de los productos y permite una mejor lectura. Asimismo, en nuestra renovada web www.sunandvegs.es, proporcionamos a nuestros consumidores información detallada a nivel nutricional y de ingredientes.



Los productos de nuestra marca Sun&Vegs incluyen como novedad *claims* nutricionales y opciones de preparación





La nueva planta de fruta IV gama de Josef Müller Gemüse, en Suiza, es un claro exponente de nuestro espíritu HOLD.



Higiene, Orden, Limpieza y Disciplina son los requisitos que nos fijamos voluntariamente como compañía.



El proyecto HOLD es nuestra guía interna para alcanzar la máxima calidad y seguridad alimentaria en todo lo que hacemos, desde nuestras instalaciones y procesos hasta nuestros productos finales.

Durante este ejercicio hemos impulsado un proyecto global, operativo en todos nuestros centros productivos, de digitalización y automatización de las auditorías internas de calidad y HOLD. Esta herramienta nos permite estandarizar y hacer un seguimiento continuo de nuestros indicadores clave en materia de calidad y seguridad alimentaria. Permite, además, un registro automático de imágenes para cada requerimiento, ofreciendo resultados al instante y generando un plan de posibles acciones de mejora, contribuyendo así a que a todas nuestras plantas estén preparadas para superar las más exigentes auditorías de calidad.

Como cada año, hemos realizado mejoras para avanzar en nuestro proyecto HOLD, destacando, entre otras, la nueva fábrica de fruta IV gama en Josef Müller Gemüse, Suiza, donde las nuevas instalaciones han sido diseñadas para garantizar la máxima calidad y seguridad alimentaria en un ambiente controlado que cumple con las más estrictas normas higiénicas, con mayor espacio y orden en las distintas zonas de trabajo. Además, en Thurländer (Alemania) hemos reestructurado el área de corte, mejorando el flujo de trabajo y contribuyendo así a una mayor calidad y productividad. Por su parte, en las plantas de IV gama en España se han realizado inversiones en materia HOLD reacondicionando suelos y cubiertas y renovando maquinaria en Mesturados Canarios y Verdifresh Aranda de Duero, Antequera y Riba-roja.

Además, en campo hemos mecanizado la retirada de plantas en nuestros invernaderos una vez finalizados los ciclos de cultivo, triturando los residuos vegetales *in situ* e incorporándolos mecánicamente al suelo. Así, contribuimos a nuestro proyecto HOLD mediante una gestión del residuo más rápida y limpia, mientras mejoramos el contenido orgánico del suelo y favorecemos la economía circular global del proceso.





Rigor y excelencia en el cumplimiento de los más altos estándares de seguridad alimentaria y calidad.

Nuestro compromiso en materia de seguridad alimentaria es constante y, gracias a nuestro modelo de Calidad, controlamos toda la cadena de producción, desde los campos y cultivos a nuestros centros productivos, pasando por cada uno de nuestros proveedores y el producto final.

Este firme compromiso es una de las claves de nuestro éxito y gracias a lo cual Foodiverse es sinónimo de máxima calidad y seguridad, logrando así una absoluta confianza de clientes y consumidores en todo el mundo.

Nuestro foco absoluto en la seguridad alimentaria y en la calidad nos ha permitido renovar, un año más, las más exigentes certificaciones internacionales en este ámbito.

Uno de los hitos más destacables de este 2020 en materia de SAFETY SHIELD ha sido la implantación de laboratorios internos en las plantas de IV gama de Alemania, Suiza e Italia.

Gracias a esta labor, podemos decir con orgullo que, a día de hoy, nuestros centros productivos cuentan con laboratorios internos en pleno funcionamiento para el desarrollo de análisis microbiológicos, fisicoquímicos y sensoriales. Con unas instalaciones dotadas de tecnología punta, en todos ellos aplicamos técnicas de análisis por PCR, las más eficientes para verificar la seguridad alimentaria de todos nuestros productos.

Nuestra realidad como multinacional nos obliga a estar al tanto de la normativa y regulación en todos aquellos países donde estamos presentes. Es por ello que, este 2020, hemos completado la implantación de nuestra herramienta de control y verificación de requisitos legales – tanto europeos como nacionales, regionales y locales– en los ámbitos de calidad, seguridad alimentaria y medioambiente, añadiendo además seguridad industrial y laboral, en todos nuestros centros productivos.

El fortalecimiento de los sistemas de prevención es una parte fundamental de nuestro proyecto SAFETY SHIELD, apoyándonos, para ello, en las últimas tecnologías y los mejores profesionales. A nivel de grupo, contamos con un panel de expertos que nos asesora en materia de seguridad alimentaria, en aquellas

áreas donde detectemos nuevos potenciales riesgos. Este año, hemos ampliado el panel con dos nuevas incorporaciones, para garantizar así una cobertura todavía mayor, abarcando dos nuevas áreas. Además, en las nuevas instalaciones de fruta IV gama de nuestro centro Josef Müller Gemüse (Suiza), hemos reforzado nuestro sistema de gestión de inocuidad alimentaria, que nos permite identificar, evaluar y prevenir posibles riesgos a lo largo de todos los procesos de la cadena.

La formación de nuestras personas en materia de calidad y seguridad alimentaria es un pilar fundamental para continuar logrando la máxima excelencia en todo lo que hacemos. En concreto, durante 2020, nos hemos centrado en la formación

SAFETY SHIELD



23 AUDITORÍAS EXTERNAS DE CERTIFICACIÓN EN PLANTAS



28 AUDITORÍAS DE CLIENTES



17 AUDITORÍAS INTERNAS



34 AUDITORÍAS DE TRAZABILIDAD A PROVEEDORES

Laboratorios internos en pleno funcionamiento en nuestros centros productivos.



CERTIFICACIONES INTERNACIONALES DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y CALIDAD

Verdifresh



Nesturados
CANARIOS



Alnut



AGRO V. mediterranea



space



Thurländer
SALATE



müller



Novanatura



de los equipos y responsables de calidad de nuestros 9 centros productivos, en lo relativo a la nueva versión del estándar IFS, así como en protocolos de gestión en materia de prevención frente a la COVID-19.

Por último, durante este año, hemos seguido colaborando con universidades y centros tecnológicos de referencia, alianzas que nos permiten estar siempre a la vanguardia. En concreto, hemos participado en varios grupos de trabajo de Food for Life-Spain (PTF4L), la mayor plataforma tecnológica del sector agroalimentario español, entre los que destaca nuestra participación en la mesa de Seguridad Alimentaria, tratando temas como el control de alérgenos, el uso de antimicrobianos, los biofilms o las distintas estrategias para hacer frente a la COVID-19 en la industria.



Compromiso con nuestro entorno

En Foodiverse, aportamos nuestra semilla para crear un mundo más sostenible. Cuidamos el medioambiente a través de la mejora continua de nuestras prácticas, la planificación logística integral y utilizando nuestros recursos de manera eficiente. Esto nos impulsa a establecer políticas para minimizar nuestra huella ecológica, como la reducción del uso de plásticos, la práctica de reciclaje o el desarrollo de estrategias de economía circular, forjando alianzas con asociaciones empresariales, sectoriales y sociales para generar un impacto positivo en nuestro entorno.

Cuidando el medioambiente, cuidamos también de nuestra sociedad. Trabajamos día a día para aportar valor a través de nuestro compromiso con la salud y con la creación de empleo, e impulsamos acciones solidarias junto con asociaciones y entidades que trabajan ayudando a colectivos sociales más desfavorecidos.

Nuestros proyectos Clever7, SU+RE y zero CUCURBITA agrupan todas las acciones impulsadas por la compañía que apoyan nuestro compromiso con nuestro entorno, por un mundo mejor y más sostenible.



Fomentamos y practicamos las 7R's del reciclaje (Rediseño, Reducción, Reutilización, Reparación, Renovación, Recuperación y Reciclaje) y buscamos constantemente alternativas más sostenibles a los materiales plásticos, mientras aseguramos la máxima seguridad alimentaria.



En Foodiverse, apostamos por la segregación eficiente de residuos y su reciclaje en todos nuestros centros productivos, gestionando y potenciando, entre otros, el reciclado de envases, papel, cartón y materia vegetal. Asimismo, hemos contribuido, en el último ejercicio, a la protección del medio ambiente con un ahorro equivalente a 2.057 toneladas de CO² a la atmósfera, a través de nuestra colaboración con Ecoembes.

Como eje central de nuestro compromiso con la economía circular—la base fundamental de nuestro proyecto CleveR7—, investigamos constantemente en materia de envases y embalajes, buscando de manera incansable alternativas más sostenibles y asegurando el origen reciclado o la reciclabilidad de los materiales empleados, en especial del plástico. Así, diseñamos nuestros productos siempre con la sostenibilidad en mente, ofreciendo soluciones de envasado que nos ayuden a reducir la huella ambiental de nuestros productos.



Para ello, establecemos alianzas con centros tecnológicos y de investigación de referencia, impulsando la innovación conjunta en materia de envases. Durante 2020, hemos colaborado con la Asociación Instituto Tecnológico de la Industria Agroalimentaria (AINIA), el Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA), el Centro Tecnológico Nacional de la Conserva y Alimentación (CTNC), el Instituto de Agroquímica y Tecnología de Alimentos (IATA) y el Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística (ITENE), entre otros, además de participar en los proyectos Retos y MonoMatPack promovidos por el Ministerio de Ciencia e Innovación, cooperando con diversos agentes internacionales para desarrollar envases hechos a partir de materiales 100% reciclables y biodegradables que permitan asegurar la máxima seguridad alimentaria en productos de IV gama, así como en *clusters* de innovación en envases y embalajes, con el objetivo de estar permanentemente al día y poder compartir internamente los avances en investigación.



Innovación en envases

Estas son algunas de las principales innovaciones desarrolladas en el marco de nuestro proyecto CleveR7 durante 2020, la mejor expresión de nuestro compromiso con nuestro entorno y la sostenibilidad del planeta.



Directos del campo



Ofrecemos envases más respetuosos con el medio ambiente. Así, en el calabacín enfajado, contamos con un nuevo *packaging* que limita al máximo el uso de plástico, mientras que en nuestro calabacín BIO, vamos un paso más allá, ofreciendo un formato cero plástico, con fajín de *kraft*. En el surtido de hierbas aromáticas, hemos reducido el micraje de los *blísters* e introducido un nuevo envase 100% rPET -plástico pet reciclado-, consiguiendo así un ahorro global de 14,5 toneladas de plástico.



Siguiendo con nuestra responsabilidad ambiental, hemos lanzado varios de nuestros productos en formatos mini, cumpliendo así un doble propósito: reducir la cantidad de materiales auxiliares utilizados, al tratarse de formatos más pequeños, y contribuir a minimizar el desperdicio alimentario.

Fresco y listo

Todos los envases de nuestras ensaladas y en bowl contienen, como mínimo, un 70% de material reciclado y son 100% reciclables, y el cartón utilizado cuenta con la certificación FSC, proveniente de una gestión forestal sostenible. Además, durante este ejercicio, hemos comenzado a realizar pruebas con nuestros proveedores con el objetivo de conseguir un envase *bowl* 100% rPET, además de mejorar el tenedor que acompaña a nuestras ensaladas, ahora de un material más reciclable y con un 42% menos de plástico, al tiempo que mejora la experiencia de consumo, pues minimiza las roturas.

En nuestras ensaladas ultra-frescas *Daily Bowls*, gracias a un proceso de co-innovación con nuestros clientes, ofrecemos en los mercados suizo y alemán dos envases alternativos al plástico: uno realizado con cartón 100% reciclado y reciclable con tapa PLA, y otro elaborado 100% de caña de azúcar, también con tapa PLA.



Alimentación infantil

En 2020 hemos incorporado un nuevo envase *pouch* mono-material 100% reciclable. Una propuesta sostenible donde envasar nuestras referencias de purés de frutas, frutas con cereales y productos lácteos, desarrollada conjuntamente entre nuestro proveedor, Gualapack S.p.a, y el equipo interdisciplinar de innovación de Alnut, en colaboración con el Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA).

Además, recuperamos una parte importante del plástico utilizado en el proceso de fabricación de nuestros tarritos, reforzando, una vez más, nuestro compromiso con la sostenibilidad.



Utilizamos nuestros recursos de forma eficiente, cumpliendo con todas las certificaciones medioambientales e impulsando acciones de sostenibilidad.



La eficiencia, la sostenibilidad y la innovación nos guían en el uso responsable de los recursos naturales, fundamentales para preservar el futuro del planeta y también la actividad de nuestra compañía.

Enmarcado en este compromiso medioambiental, este año hemos implementado en campo un innovador sistema de control de consumos que mejora nuestra eficiencia en el uso de los recursos naturales, y hemos conseguido ahorrar hasta un 20% en el consumo de agua gracias a la implantación, en el 100% de nuestros cultivos con sistema de riego por goteo, de cintas reciclables y de menor caudal. Asimismo, hemos disminuido el transporte de maquinaria en nuestras fincas, reduciendo así nuestras emisiones con políticas más responsables y eficientes, y, en todas nuestras fincas agrícolas de la Región de Murcia (España), hemos continuado desarrollado importantes medidas que contribuyen a la normativa española de recuperación y protección del Mar Menor, tales como la implantación de setos para la retención de agua, evitando así las escorrentías, o el control sensorizado de riego.

El proyecto Farmitank, de nuestro Centro de Innovación Agronómica de Montserrat (CIAM), es un referente en materia de sostenibilidad y reducción de consumos, pues en nuestro silo conseguimos ahorrar un 95% de agua frente a campo abierto en el cultivo de vegetales. Además, en 2020 hemos desarrollado un estudio de más de 10 variedades de cultivos en condiciones hidropónicas e impulsado el proyecto Irriga+, un nuevo modelo de manejo del riego en el cultivo de brotes tiernos y *microgreens* con el que aumentamos la calidad de dichos productos, al tiempo que hemos conseguido reducir el consumo de agua un 8% respecto a 2019.



Otras acciones destacadas se han realizado en la nueva sala de fruta IV gama de Josef Müller Gemüse, donde hemos incorporado equipos de climatización más eficientes y sostenibles.



Certificación ISO 14001 en todas nuestras plantas productivas en España



Energía eléctrica con 100% garantías de origen (limpia y renovable) en todas nuestras plantas productivas en España



Realización y cumplimiento constante de auditorías energéticas



Reducción huella hídrica 2,7% en Mesturados Canarios



Reducción huella ecológica 3,4% en Alnut



Limitamos la aplicación de productos fitosanitarios y fertilizantes, con la consiguiente tendencia hacia residuo cero en nuestros productos, al tiempo que apostamos por la agricultura BIO.



El campo y la tierra son nuestras raíces. Respetamos el medio de donde provienen nuestras materias primas, elaborando productos siempre frescos, saludables y sostenibles.

Para lograr el objetivo de residuo cero en nuestros productos, exploramos nuevas formas de cultivo que nos permiten realizar un uso más eficiente de fertilizantes y pesticidas. Así a través del proyecto Farmitank de nuestro CIAM, cultivamos vegetales libres de tratamientos fitosanitarios y con una reducción del 90% de fertilizantes respecto a campo abierto, gracias a su ciclo de cultivo cerrado. Además, a través de la iniciativa Zero Pesticidas, durante este año hemos adaptado la forma en la que cultivamos nuestros brotes tiernos y microgreens con el objetivo de ofrecer una gama de productos completamente libre de tratamientos fitosanitarios.

Otra acción importante dentro del proyecto zero CUCURBITA es el inicio, durante este 2020, de ensayos en nuestros invernaderos para cultivar calabacín con residuo cero. Además, en el marco de la normativa española del Mar Menor, también limitamos y reducimos el uso de abonos nitrogenados y llevamos a cabo un control de los balances de nitrógeno en campo.

Una pieza clave de este proyecto es el impulso de la agricultura ecológica, como extensión de nuestra revolución saludable, al no contener residuos. Por ello, a través de nuestra propia marca BIO Sun&Vegs, ofrecemos una línea de productos ecológicos con un amplio surtido que engloba desde productos directos del campo, a ensaladas en bowl, pasando por el 50% de nuestras referencias en la categoría de alimentación infantil.



Nuestro entorno, nuestra sociedad

En Foodiverse, trabajamos día a día para crear valor y compartirlo con la sociedad, colaborando en proyectos y causas solidarias que nos vinculan con el entorno en el que operamos. El fomento de un estilo de vida saludable, el deporte y la inclusión y desarrollo social son la base de nuestra responsabilidad social corporativa.

Porque, en nuestro compromiso, cuidamos del medioambiente, pero también de nuestra sociedad. Así, durante este ejercicio, nos hemos adherido al Plan Familia de la Fundación Adecco en España. A través de este programa, ofrecemos apoyo a los empleados del grupo que tengan hijos con una discapacidad, con servicios especialmente adaptados a sus necesidades, como logopedas, fisioterapeutas o psicólogos. En línea con esta iniciativa y con motivo de la celebración del Día Internacional de la Discapacidad, colaboramos en la campaña ‘Vulnerables’ de la Fundación Adecco, para concienciar sobre la necesidad de lograr una inclusión plena.

Un año más, todos nuestros centros en España han participado en la iniciativa ‘Ningún niño sin juguetes’ de Cruz Roja, entregando más de 100 regalos llenos de ilusión, para que, durante la Navidad 2020, ningún niño se quedase sin su regalo. También en los momentos previos a la Navidad, desde Alnut participaron en la campaña “Más que una flor” de la Fundación Novaterra, a través de la compra de flores de Pascua, cuyos fondos se destinaron a la integración sociolaboral de personas vulnerables. El fomento de un estilo de vida saludable y de la práctica regular de deporte es una de las piezas angulares de nuestro compromiso social. Por ello, desde nuestra planta de Thurländer (Alemania), hemos donado material y equipación a la asociación infantil de fútbol Turbine Bambini Zschornowitz, para niños de 4 a 6 años.

Además, desde 2016, colaboramos año tras año, en todos nuestros centros en España, con el proyecto “Tapones para una nueva vida” de la Fundación Seur, que contribuye a ofrecer tratamientos médicos a niños sin recursos, y con la iniciativa “Móvil Solidario”, cuyos beneficios se destinan a las ONG Stop Sanfilippo y la ONG Acción contra el Hambre, para combatir la desnutrición infantil y financiar la investigación de enfermedades raras.

Impulsamos alianzas para contribuir a un mundo mejor



Estas son las principales organizaciones con las que hemos colaborado durante 2020.





Unidos y solidarios ante la pandemia

En un año marcado por la crisis de la COVID-19, en Foodiverse hemos reforzado, más que nunca, nuestro compromiso con la sociedad. Ante esta situación sin precedentes, hemos ido más allá de asegurar el suministro diario de nuestros productos, reforzando nuestra colaboración con entidades y asociaciones que ayudan a las personas más vulnerables y que, en este momento de emergencia sanitaria y social, han desempeñado y siguen desempeñando un papel esencial para miles de familias.

Así, durante 2020 hemos donado más de 35.500 kg de vegetales directos del campo y 640.000 unidades de productos -ensaladas en *bowl* y en bolsa, y tarritos y *pouches* de alimentación infantil, entre otros-, alcanzando un récord histórico.

Además de reforzar nuestras colaboraciones habituales con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), Cruz Roja y Cáritas en España, u organizaciones como Tischlein Deck Dich en Suiza, hemos tenido la oportunidad de crear nuevos vínculos, participando en proyectos como Food 4 Heroes Madrid, una iniciativa altruista que nos permitió hacer llegar nuestras ensaladas a los sanitarios que se encontraban en primera línea luchando contra la pandemia.

Apostamos por el bienestar de los transportistas, personas claves en nuestra cadena de valor y esenciales durante el periodo más complicado de la pandemia: el confinamiento en toda Europa, ofreciéndoles nuestras ensaladas, así como espacios habilitados y seguros donde pudieran reponer fuerzas.





Compromiso con nuestras personas

La base de nuestro proyecto

Foodiverse no sería lo que es hoy sin cada una de las personas que forman parte de nuestro proyecto. Contamos con un equipo extraordinario compuesto por 2.562 empleados de más 65 nacionalidades distintas, unidos en nuestra misión y visión, que impulsan nuestra revolución saludable y lideran los grandes retos del sector, posicionándonos a nivel internacional. Por ello, estamos firmemente comprometidos con nuestras personas, garantizándoles un empleo estable y de calidad, en un entorno laboral digno y seguro. Apostamos por nuestro talento interno a través de programas de desarrollo que motiven y refuercen sus capacidades, competencias y liderazgo personal y profesional, ofreciendo oportunidades laborales en el extranjero y potenciando así el aprendizaje y crecimiento profesional de cada una de las personas que forman Foodiverse.

El año 2020 ha sido especialmente difícil debido a la crisis provocada por la COVID-19. No obstante y una vez más, nuestros equipos han sido un ejemplo de superación, compromiso y dedicación y, en Foodiverse, sentimos profundo orgullo por todas y cada una de las personas que forman parte de nuestra plantilla.

Los proyectos TalentLAB y e-Share agrupan las distintas iniciativas desarrolladas por nuestro grupo en nuestro compromiso con nuestras personas.



2.562
PERSONAS



49,57%
MUJERES



50,43
HOMBRES



89%
INDEFINIDOS



65
NACIONALIDADES



80
PROMOCIONES INTERNAS

















Lo primero, nuestro equipo

Nuestras personas son la pieza angular de nuestra compañía y, por ello, su bienestar, salud y seguridad son una prioridad para nosotros. Cuidamos de su bienestar a través de iniciativas y canales de comunicación interna que promuevan un entorno laboral más agradable, inclusivo y saludable. Contamos con una Intranet global de grupo y pantallas informativas en los comedores de todos nuestros centros, así como con cartelería física y envíos de e-mails para hacer llegar a todas nuestras personas las comunicaciones del grupo, apostando por una completa transparencia entre compañía y empleados, y fomentando el orgullo de pertenencia a través de iniciativas como acciones solidarias, concursos—como el popular Concurso de Postales Navideñas—, encuestas, entrevistas internas, o la celebración de fechas señaladas como el Día de la Fruta.

La cultura preventiva, la mejora continua y las inversiones en seguridad laboral y formación nos permiten salvaguardar día a día la salud y seguridad de nuestro equipo, desde nuestros campos a las plantas productivas y oficinas centrales del grupo. En materia de seguridad y salud, cumplimos con todos los requisitos establecidos por las normativas legales aplicables en los países donde operamos, siempre yendo un paso por delante. Nuestro objetivo es claro: la seguridad y salud de nuestras personas es lo primero. Mejoramos continuamente nuestro desempeño diseñando, adaptando y revisando nuestros procesos, prácticas y sistemas de trabajo para mejorar la ergonomía y alcanzar los máximos niveles de seguridad, eliminando y/o minimizando cualquier factor de riesgo. En este sentido, cabe destacar el desempeño de nuestra planta Alnut (España), donde se ha reducido la siniestralidad un 100%, lo que supone cero accidentes en 2020.



En concreto, durante este 2020, el compromiso de Foodiverse en asegurar salud y seguridad de nuestras personas se ha puesto de manifiesto más que nunca. La crisis sanitaria a nivel mundial ha requerido un gran esfuerzo en reforzar todos los protocolos de seguridad y salud en todos nuestros centros. Creado a principios de marzo de 2020 con el estallido de la pandemia, nuestro comité de gestión COVID impulsó, en tiempo récord, protocolos de actuación que nos han permitido gestionar con éxito esta nueva situación:

-  **Abastecimiento de mascarillas y EPIS a todos nuestros trabajadores en plantas de producción, con la importación directa de China de +300.000 mascarillas quirúrgicas al inicio y el reparto de mascarillas FFP2 a todos nuestros empleados**
-  **Elaboración de guías, protocolos y planes de contingencia ante una situación cambiante, en cada uno de los 4 países donde operamos con sede propia**
-  **Refuerzo de la comunicación interna con 100 sesiones formativas a toda la plantilla**
-  **+30 visitas de verificación por parte de autoridades sanitarias a nuestras plantas, con resultado satisfactorio**
-  **+100 auditorías internas con el objetivo de velar por la correcta implantación de todas las medidas**
-  **50 termómetros adquiridos para controles de temperatura diarios en todos nuestros centros**
-  **+2.500 litros de gel hidroalcohólico utilizados**
-  **Refuerzo de planes de limpieza y desinfección de zonas comunes**
-  **Restricciones de aforo, escalado de turnos, redistribución de espacios en puestos de trabajo, instalación de mamparas de protección y señalización de itinerarios para minimizar confluencia**
-  **Duplicamos número de autobuses y furgonetas para transporte de empleados a nuestros centros productivos, como resultado de las limitaciones de aforo**
-  **Apuesta por el teletrabajo y minimización de viajes y visitas de clientes y proveedores**
-  **+20.000 reuniones, videollamadas y videoconferencias, gracias a la completa digitalización de la compañía**

Apostamos por nuestro talento interno a través de programas de desarrollo para cada etapa de la vida profesional.



La formación de nuestros equipos es una parte esencial del compromiso con nuestras personas. Garantizamos a nuestros empleados el acceso a oportunidades de aprendizaje permanente que les permitan formarse y crecer profesionalmente, además de ofrecer oportunidades de desarrollo profesional en el extranjero, en nuestros centros de trabajo distribuidos por Europa.



Con sede en 4 países y empleados de 65 nacionalidades, en Foodiverse utilizamos el inglés como idioma cohesionador. Para ello, proporcionamos clases de inglés a todos los empleados que necesitan mejorar sus competencias lingüísticas, en todos nuestros centros. Además, cada año, proporcionamos a nuestras personas formación en habilidades concretas adaptadas a su área de negocio y posición. Como prueba de ello, durante este 2020, hemos colaborado en nuestra Unidad de IV Gama Iberia con la escuela de negocios ESIC, proporcionando formación enfocada al área de Marketing y Comercial, con un total de 600 horas formativas.

Además de proporcionar formación en conjunto con entidades y centros universitarios de referencia, contamos con nuestros propios programas internos de formación. TalentLAB es el espacio que engloba estas experiencias de formación y desarrollo diseñadas para construir capacidades de liderazgo, incrementar el conocimiento del negocio y nutrir profesionales con proyección de futuro. Ofrecemos a nuestro talento interno la solución de aprendizaje que necesitan en cada etapa de su trayectoria profesional, para alinear, construir, acelerar y elevar sus carreras desde sus primeros años hasta alcanzar niveles de alta dirección. Estos son los programas de formación Foodiverse que han tenido lugar en 2020:

Junior Talent

Nuestros programas de formación nos convierten en una empresa atractiva para jóvenes y recién graduados. En 2020 hemos incorporado una nueva participante en el programa rotacional 'Junior Talent', que ha iniciado su trayectoria profesional en Verdifresh Antequera (España), aprendiendo la gestión de los procesos operativos del grupo, y que actualmente se encuentra en Thurländer (Alemania), aplicando los conocimientos aprendidos y desarrollando sus competencias.

Top Managers

Es nuestro programa de desarrollo de habilidades directivas, dirigido a los futuros líderes de la compañía, quienes se preparan para asumir nuevas responsabilidades, gestionar proyectos y equipos transversales, así como afrontar los nuevos retos y oportunidades de la organización.

Esta edición ha contado con 6 participantes, realizando sesiones de formación individuales y grupales, diseñadas para ayudarles a desarrollar su pensamiento creativo, gestionar conflictos y facilitar el diálogo generativo, así como gestionar proyectos siguiendo las metodologías 'Lean' y 'Agile'.



Build

Durante este año, 9 empleados han participado en este programa que tiene como objetivo desarrollar el talento interno de la compañía en posiciones clave para el negocio, combinando, a través de un itinerario formativo, conocimientos transversales y globales sobre la organización, con conocimientos técnicos específicos. El foco del programa cambia anualmente y en 2020 se ha centrado en las áreas de Operaciones y Calidad, dos departamentos de gran importancia para nuestro negocio.

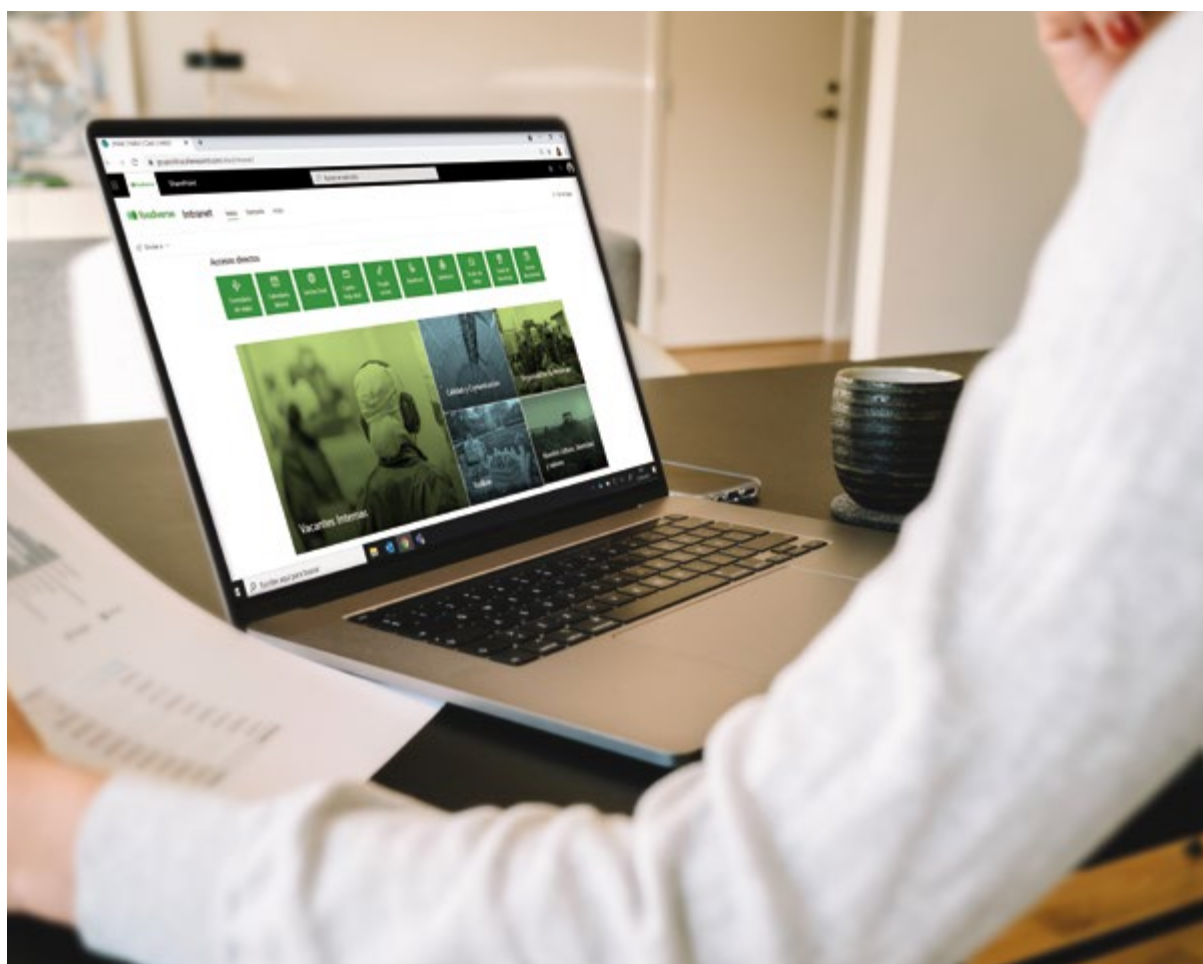


Apostamos por la transformación digital. Somos una organización líquida con capacidad de adaptarse a los cambios de nuestro entorno.



En Foodiverse, unimos talento y tecnología para impulsar nuestra competitividad. Conscientes de la importancia de adaptarnos mejor y más rápidamente a los cambios del entorno, llevamos años apostando por la digitalización de nuestra compañía en el marco de los sistemas de información utilizados por los empleados del grupo.

La gestión de la pandemia ha sido uno de los retos más importantes del año, poniendo de manifiesto nuestra capacidad de adaptación. Podemos decir, con orgullo, que hemos podido gestionar esta situación con éxito, gracias a nuestros potentes sistemas de información e innovadoras soluciones tecnológicas, que nos ayudan a coordinarnos como equipo global.



Intranet, nuestra nueva herramienta de comunicación interna

Nuestra nueva plataforma *online* de comunicación interna está instalada como página de inicio en todos los ordenadores del grupo. Intuitiva y de fácil navegación, permite a nuestros equipos consultar la actualidad de la compañía, así como todas nuestras políticas y recursos. A su vez, a través de la Intranet, se accede a otras novedosas plataformas del grupo, como son el portal People Corner, Brainfood, o nuestro gestor documental, explicados a continuación.

Gestor Documental, una base de datos única para nuestros procedimientos

Dentro de nuestra Intranet, el Gestor Documental reúne en una única base de datos todos los procedimientos, políticas, documentos de referencia e instrucciones de trabajo por los que se rige la compañía. De esta forma, se han estandarizado los procesos en todas las áreas de trabajo del grupo, mejorado su eficacia y ordenando todos los documentos por unidad de negocio y proceso, unificando así los criterios de clasificación y facilitando su consulta por parte de los usuarios.

People Corner, un modelo integral de gestión del talento

People Corner es nuestro nuevo portal del empleado integrado en la Intranet. Basado en la solución SAP SuccessFactors, este portal nos permite llevar a cabo una gestión del talento eficaz en un momento de cambio, poniendo la tecnología al servicio de las personas. Integramos en un único sistema informático la gestión de todo el ciclo del talento, aportando agilidad y robustez a los procesos de recursos humanos.

Brainfood, nuestra plataforma de gestión de la formación

Nuestra nueva plataforma *online*, integrada dentro de nuestro portal People Corner, nace para dar respuesta a las necesidades de aprendizaje de nuestras personas. Este Learning Management System engloba recursos formativos, actualizados de manera semanal, que los empleados pueden usar para mejorar sus competencias y conocimientos. A través de Brainfood, se realizan cursos *online*, presenciales y otros recursos formativos.

Service Desk, nuevo servicio de microinformática

Otra de las herramientas digitales implementadas este año, a la que se accede a través de la Intranet, ha sido este nuevo sistema centralizado con el que damos soporte a todos los empleados del grupo con acceso a sistemas informáticos, mejorando así la experiencia de usuario, independientemente del país desde el que se conecten, gracias a su funcionalidad multi-idioma (español, inglés y alemán).

Nueva base de datos web: una herramienta de selección de recursos humanos

En 2020 hemos creado una base de datos donde, desde Recursos Humanos, actualizamos y gestionamos las ofertas de empleo. Integrada en las distintas páginas web del grupo, tanto corporativa como de cada una de las empresas que componen Foodiverse, nos permite dar a conocer las vacantes disponibles en cada momento, así como recoger candidaturas espontáneas y recopilar potenciales candidatos, visibilizando las oportunidades de empleo en todo el grupo.

Digitalización del sistema Recursos Humanos en campo (Espace)

Otra de las acciones específicas llevadas a cabo este año ha sido la digitalización de los sistemas de gestión de recursos humanos para los empleados agrícolas, aportando así mayor agilidad y eficiencia en la gestión.

Captio, gestión de gastos

En pleno funcionamiento desde 2020, Captio es una plataforma en línea que centraliza la gestión de todos los gastos relacionados con los viajes de empresa. A través de sus smartphones, nuestros empleados pueden contabilizar sus gastos con tan solo un *click*, al fotografiar los tickets.



Compromiso financiero

Rentabilidad para crecer de manera responsable

En Foodiverse queremos crecer de manera responsable y que nos permita ser sostenibles en el tiempo. Un crecimiento donde prima la rentabilidad, pues únicamente a través de esta podremos aportar mayor valor a nuestro entorno y a nuestros accionistas, los impulsores y primeros garantes de nuestro modelo de negocio.

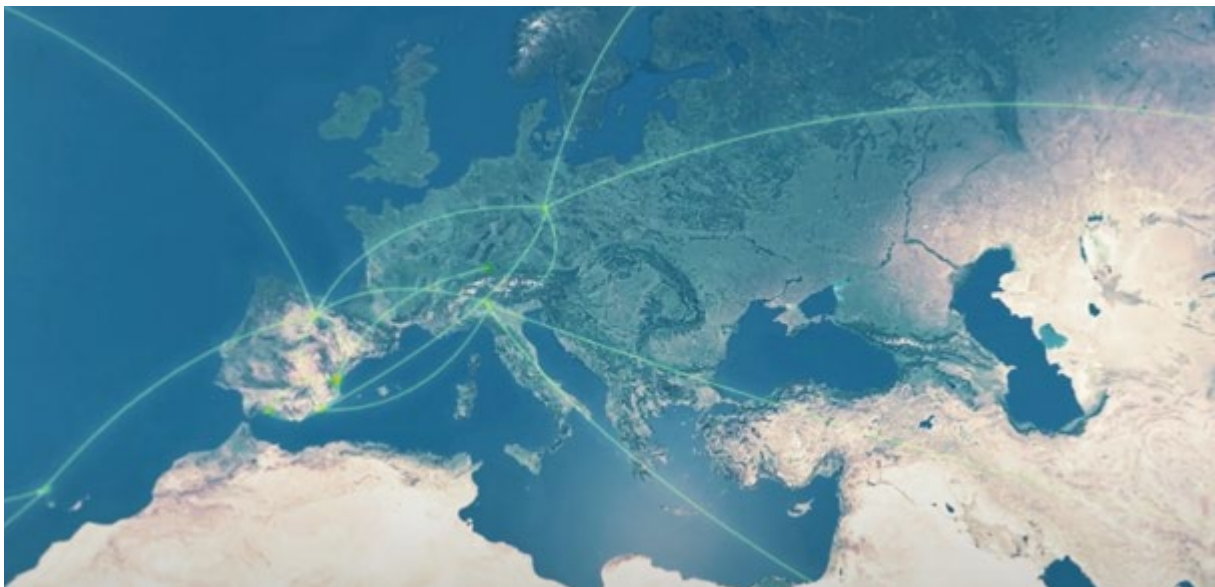
Nuestros proyectos beGLOCAL, InnovACTIVE y Growing agrupan aquellas iniciativas del grupo que apoyan nuestro compromiso financiero.



Somos una compañía multinacional con visión global, gestionada localmente para responder a las necesidades locales de cada zona.



En Foodiverse, somos una compañía multinacional diversa en localizaciones, mercados y clientes. Para hacer frente a esta realidad, durante los últimos años, hemos realizado un fuerte cambio organizativo, con el que conseguimos ser todavía más eficientes en la gestión, creando así una estructura óptima que nos permite afrontar cualquier reto futuro. Esta nueva estructura organizativa potencia la gestión local de cada una de nuestras compañías y plantas productivas, pues cada una de ellas es independiente y funciona de forma autónoma, centrándose por completo en su negocio y sus clientes. Sin embargo, contamos con el beneficio de pertenecer a un gran grupo multinacional, lo que nos otorga una visión global de oportunidades.



Así, dentro de nuestro proyecto beGLOCAL, maximizamos las sinergias de nuestros negocios, tanto a nivel operativo como comercial. La sólida posición de cada una de nuestras empresas y la confianza obtenida por cada uno de sus clientes supone una oportunidad de crecimiento global para el resto del grupo.

Siguiendo nuestra premisa de gestión local, adaptamos nuestros productos y recetas a las particularidades de cada mercado, así como a las necesidades de cada uno de nuestros clientes, fomentando la proximidad y la colaboración estrecha con cada uno de ellos. Para ello, los equipos de I+D locales trabajan conectados, tanto internamente con el resto de equipos del grupo como con los departamentos comerciales de los clientes, apoyándonos también en la estrecha colaboración con nuestros proveedores locales y regionales, quienes nos brindan las mejores materias primas e ingredientes necesarios para ofrecer propuestas de valor ganadoras. Así conseguimos nuestra receta de éxito: llevar nuestra revolución saludable a cualquier rincón del planeta, adaptando tendencias globales a los gustos de nuestros consumidores locales.

Además, en el plano más social, colaboramos de manera recurrente con asociaciones locales, generando un impacto positivo en el entorno más inmediato de cada una de nuestras localizaciones y contribuyendo así a nuestro proyecto beGLOCAL.



Somos innovadores por naturaleza. Innovamos en nuestros productos, procesos y canales de distribución.



La innovación es uno de los valores que nos definen como compañía, pues es el rasgo que más nos identifica desde nuestros orígenes, siendo pioneros en todo aquello en lo que nos embarcamos. Por eso, sin duda alguna, nuestro espíritu innovador es uno de los principales rasgos de nuestra propuesta de valor, apoyándonos en nuestra capacidad de innovación como principal *driver* de crecimiento.

La innovación en productos, procesos, canales de distribución y la colaboración con los más prestigiosos *hubs* y centros europeos nos posicionan como líderes en nuestro sector y hacen que nuestro proyecto innovACTIVE sea fundamental en nuestro compromiso con el crecimiento de la compañía.

Nos anticipamos a las tendencias en alimentación y trabajamos para poder ofrecerlas en forma de productos saludables, trasgresores, asequibles y apetecibles. Nuestros productos son nuestra revolución. Este año, nuestra innovación en productos se ha orientado a conseguir la máxima frescura e ingredientes *premium* en nuestro segmento fresco y listo, y hacia la sostenibilidad, con nuevos envases biodegradables en todas nuestras líneas de producto.

Durante este ejercicio hemos trabajado, con más fuerza si cabe, para adentrarnos en nuevos canales de distribución que nos permitan llevar nuestra revolución saludable cada vez más lejos. Así, con nuestra propia marca Sun&Vegs, hemos reforzado nuestra presencia en el canal *vending* con nuevos proyectos en Canarias (España) e Italia, hemos comenzado a distribuir nuestros productos directos del campo en MercaMadrid (España) y nos hemos introducido, por primera vez, en el canal *online* a través de nuestros productos de base vegetal. Nada de esto sería posible sin nuestra intensa innovación en procesos, con el objetivo de mejorar, cada día, nuestra eficiencia y competitividad. El máximo exponente de ello es nuestro proyecto Farmitank, liderado por el CIAM, donde ofrecemos productos sin



residuos, con una productividad 18 veces mayor que en suelo y un ahorro de agua del 95% respecto a campo abierto, todo ello mientras aseguramos la máxima seguridad alimentaria. Además, podemos decir con orgullo que estamos cada día un paso más cerca de alcanzar la completa digitalización de la compañía, con el firme propósito de potenciar la interconexión, comunicación estrecha, eficiencia y productividad necesaria para seguir creciendo.



Crecemos de manera responsable, con unas estrategias sólidas que nos permiten alcanzar nuestros objetivos.



En un ejercicio no exento de dificultades, el esfuerzo colectivo de todas las personas que formamos Foodiverse nos ha permitido superar los 311M€ de ventas del grupo. Aunque la pandemia no nos ha detenido -pues formamos parte de un sector esencial -, nuestro negocio, naturalmente, sí se ha visto afectado. A pesar de ello, podemos decir con orgullo que este 2020 ha puesto de manifiesto nuestra sostenibilidad y resiliencia como compañía, redoblando nuestros esfuerzos para mantenernos en unos niveles de ventas muy próximos a los de años anteriores, consolidando así nuestra estrategia de crecimiento.

En 2020 hemos finalizado nuestro Plan Estratégico con muchos éxitos cosechados y habiéndonos convertido en una sólida compañía multinacional, que crece en clientes y en mercados. En este sentido, la expansión internacional y la diversificación de clientes y mercados es una prioridad para nosotros, y este año hemos conseguido grandes retos. Hoy podemos decir que contamos con más de 200 clientes en todo el mundo.

Desde nuestros comienzos, la inversión en innovación y la mejora continua han sido claves para el crecimiento de nuestra compañía. En un año de especial dificultad, hemos seguido impulsando la inversión como camino

hacia el crecimiento. Así, en 2020 hemos destinado 7,9 M€ (+49% respecto a 2019) a aumentar la potencia productiva de cada una de nuestras plantas, con la instalación de nuevas líneas de procesado, más modernas y eficientes, así como a la mejora de campos de cultivo y el desarrollo de proyectos de investigación.

PRINCIPALES INVERSIONES

6,2 M€
EN PLANTAS PRODUCTIVAS IV GAMA

0,4 M€
PLANTA NUTRICIÓN

0,7 M€
CAMPOS Y PLANTA PRODUCTIVA
AGRÍCOLA

0,6 M€
DIGITALIZACIÓN

En conjunto, hemos destinado 6,2 M€ a nuestros centros productivos de IV gama. En concreto, hemos invertido en Thurländer (Alemania) para la instalación de una nueva línea de ensaladas en bolsa - un formato totalmente nuevo para la planta -, que nos otorgará la capacidad de producir 25 millones de unidades anuales, además, de instalar una nueva línea para la producción de ensaladas ultra-frescas en envase biodegradable. Por su parte, en la planta suiza de Josef Müller Gemüse, las inversiones han ido dirigidas a la creación de unas nuevas instalaciones de fruta cortada en IV gama, duplicando nuestra capacidad de producción en esta categoría e impulsando nuestra apuesta por el liderazgo en el mercado suizo. Además, en Novanatura

(Italia) se ha instalado una nueva línea de ensaladas en bowl, para adentrarnos así en el segmento que lidera esta categoría en el mercado italiano. Igualmente, hemos destinado potentes inversiones en nuestros centros productivos de IV gama en España, con el fin de mejorar las instalaciones y seguir adaptando nuestras plantas a las necesidades de nuevos clientes y mercados, destacando el refuerzo y reorganización de Verdifresh Aranda.



En la Unidad Agrícola hemos destinado más de 0,7 M€ a la mejora de nuestras instalaciones, tanto en campo como en planta, donde hemos reestructurado y puesto en marcha nuevas líneas de calabacín, maíz y brócoli, incrementando así nuestra capacidad productiva en un 50%, además de adquirir una nueva máquina enfajadora para empaquetar vegetales, como los calabacines, en la propia planta. Por último, además de las inversiones globales en digitalización, hemos destinado 0,4M€ a nuestra planta de Alnut (España), donde se ha mejorado la eficiencia en los procesos gracias, entre otras acciones, a la adquisición de equipos de visión artificial.

Así, afrontamos el nuevo Plan Foodiverse 2023 con la convicción de haber conseguido grandes hitos y mirando el futuro con responsabilidad, trabajando para continuar creciendo de manera rentable y sostenible. Nos quedan muchos hitos y retos por conseguir, pero sabemos que estamos en el camino correcto, que nos permitirá ser la compañía de producto fresco y saludable preferida por clientes y consumidores, y llevar nuestra revolución saludable a todo el mundo.

2020 en cifras

Directos del campo

Como dato destacado figura la facturación del área agrícola en 2020, con 93,6 M€ de ventas, lo que implica un crecimiento del 23% respecto al ejercicio anterior, superado las 90.000 toneladas de productos vendidos. En este sentido y gracias a un intenso esfuerzo comercial, cabe resaltar que las ventas de nuestros productos directos del campo en España se han duplicado con respecto al año anterior.

Fresco y listo

El área de fresco y listo ha alcanzado una facturación de 190,6 M€, una cifra que implica un decrecimiento del 15% respecto al ejercicio anterior, motivado por los cambios de hábitos de consumo y los confinamientos durante la pandemia. Durante este ejercicio, a través de nuestras siete plantas de IV gama, hemos producido más de 198 millones de unidades de ensaladas, vegetales y fruta fresca listos para consumir, lo que supone un volumen próximo a las 46.900 toneladas.

Alimentación infantil

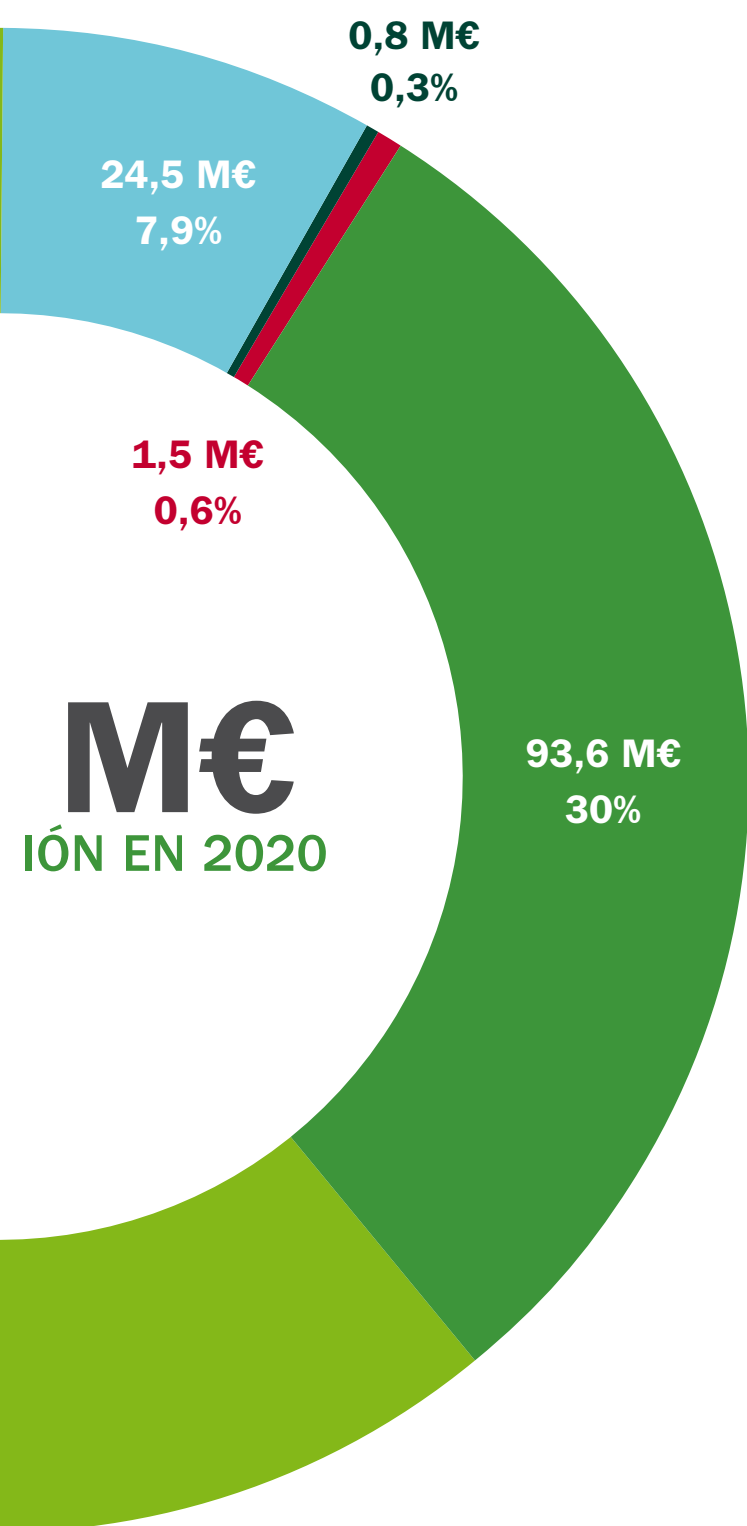
En la categoría de alimentación infantil nos hemos mantenido en cifras similares a ejercicios anteriores, con una facturación de 24,5 M€ y 35 millones de unidades de tarritos y *pouches* vendidos, lo que supone unas 8.000 toneladas producidas. A pesar de las dificultades motivadas por los cambios de hábitos de consumo durante el confinamiento y la imposibilidad de exportar a Asia, ha sido un año de grandes logros en esta categoría con la entrada en el mercado australiano y las nuevas relaciones comerciales con EEUU.

Base vegetal

En la categoría de productos de base vegetal nuestras ventas rondan 1M €, superándose los 0,5 millones de unidades vendidas.

190,6 M€
61,2%

311
DE FACTURAC



311M € de facturación en 2020

Facturación por categorías

Directo del campo	93,6 M€
Listo y fresco	190,6 M€
Alimentación infantil	24,5 M€
Base vegetal	0,8 M€
Otros*	1,5 M€

(*Facturación no asociada a productos)

Peso de las categorías en la facturación del grupo

Directo del campo	30%
Listo y fresco	61,2%
Alimentación infantil	7,9%
Base vegetal	0,3%
Otros*	0,6%

Foodiverse, una trayectoria de éxito

Facturación

311 M€ de facturación en 2020, con un crecimiento anual compuesto del 6,7%

2016



240 M€

2017



253 M€
+5,6%

Inversión

34,6 M€ inversión acumulada en 5 años



8,7 M€



7,5 M€

Empleados

2.562 empleados en 2020

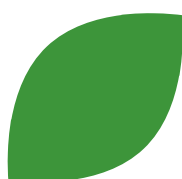


2.145



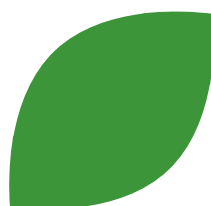
2.153

2018



308 M€
+21,7%

2019



324 M€
+5,2%

2020



311 M€
-3,9%



5,1 M€



5,4 M€



7,9 M€



2.291



2.554



2.562

Bienvenidos a  foodiverse

Bienvenidos a la revolución saludable



