

[DESCARGA MATERIALES ADICIONALES AQUÍ](#)

## Danone refuerza su portfolio para aportar salud, a través de la ciencia y la innovación, con más de 12 millones de euros de inversión anual

- Danone fue la marca que más aumentó su base de compradores en 2023, y en la actualidad está presente en 3 de cada 4 hogares españoles.
- Siempre atendiendo a las nuevas necesidades de la sociedad y a las nuevas tendencias en alimentación, Danone lanza una media de 50 nuevos productos cada año para los que involucra a más de 8.000 consumidores en una escucha activa de evaluación y testeo.
- Danone cuenta con más de 1.700 científicos en todo el mundo, dos centros de innovación globales, 6 HUBs especializados y 55 delegaciones locales desde donde lidera la innovación en alimentación en áreas como microbiota y salud intestinal, fermentos, envases, lactancia materna y nutrición especializada.

**Barcelona, 20 de marzo de 2024** – Danone ha llegado a Alimentaria 2024 siendo la empresa de alimentación más valorada por la sociedad, según avalaba hace pocos meses el ranking Merco, y líder en las categorías de lácteos, alternativas vegetales, aguas y leches de fórmula infantil. Danone está presente en 3 de cada 4<sup>1</sup> hogares españoles, con un total de 14,4 millones de familias y sirve anualmente a más de 20.300 puntos de venta y 103.000 establecimientos en el canal fuera del hogar y, en su división de Nutrición Especializada, visita más de 25.500 médicos y ofrece servicio a más de 11.000 farmacias con Nutricia y Almirón.

Con una inversión en I+D de más de 12 millones de euros cada año, Danone busca la diferenciación de sus productos **a través de la ciencia**, dando respuesta a las nuevas necesidades de los consumidores y los pacientes con productos de alto valor añadido y con el aval científico de su portfolio. En concreto, la compañía tiene **más de 180 estudios científicos** que reconocen los beneficios de marcas clave como Activia, Actimel y Danacol. *“Llevamos más de tres generaciones acompañando a las familias. Esto nos permite estar muy cerca de quienes nos eligen, entender sus necesidades y dar respuesta a las nuevas tendencias, pues los consumidores dan un nuevo significado al sentido de la salud, cada vez de forma más holística”*, explica **María Soledad Camacho, vicepresidenta de Marketing de Danone España**.

Así, existe un creciente interés por el estado de la **microbiota**, su diversidad y su impacto en la salud digestiva y en la salud mental. También un auge por los productos con **alto contenido en proteína**, por opciones cada vez más naturales, y por el flexitarianismo, con la adopción de la **proteína vegetal** y la apuesta por el consumo de **proteína de origen animal más saludable y sostenible**, como la del yogur, un alimento de alta densidad nutricional y bajo impacto medioambiental.

---

<sup>1</sup> IRI y Kantar, volumen de penetración de marcas.



Gracias a procesos constantes de renovación para la mejora de perfiles nutricionales, desde 2019 Danone ha reducido **1.230 toneladas de azúcar añadido en el mercado** y cuenta con un **90% del portfolio saludable**. En concreto, ninguno de sus productos infantiles excede los 10 gramos de azúcares totales, en línea con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.

*“En Danone estamos más convencidos que nunca de que la apuesta por la innovación, lo que nos ha movido desde nuestro origen, es el camino correcto. Solo a través de la innovación, y manteniéndonos al lado de las familias, continuamos mejorando y reformulando nuestro portfolio para ofrecer alimentos cada vez más saludables y sostenibles”,* puntualiza Camacho. Para lograrlo, la compañía cuenta con más de 1.700 científicos en todo el mundo, dos centros de innovación globales, 6 HUBs especializados y 55 delegaciones locales desde donde lidera la innovación en alimentación en áreas como microbiota y salud intestinal, fermentos, envases, lactancia materna y nutrición especializada.

A partir de la escucha activa y con la colaboración de más de 8.000 consumidores en materia de evaluación y testeo de productos, Danone lanza cada año una media de 50 innovaciones. En 2024, la compañía apuesta por mantenerse al lado de las familias manteniendo el precio de sus yogures Danone a 1€, pero también reforzando el resto de gamas Griego y Proteína, con extensiones de línea apostando por los sabores favoritos de los consumidores y nuevos segmentos. Como líder en vegetal, Danone sigue desarrollando la categoría con Alpro ampliando su gama de sabores y con el lanzamiento de nuevo formatos individuales de Skyr, alto en proteína 100% vegetal para responder al 45% los consumidores que siguen una dieta vegetal que buscan una mayor ingesta de proteínas. Además, con un crecimiento del 32%, esta gama es un motor para la categoría y la marca, rompiendo la principal barrera: el sabor. Un esfuerzo al que se suma el fomento de la innovación y la accesibilidad en marcas clave para la salud como Activia, Actimel y Danacol.

*“Alimentaria siempre es un gran escenario para trasladar todo lo que hay tras Danone, pero además para detectar y compartir tendencias que nos impulsen, desde la innovación, en el acompañamiento a la sociedad hacia formas de alimentación cada vez más saludables y sostenibles. Una edición más nuestro objetivo ha sido acercar la apuesta de Danone a todos los visitantes que están pasando por nuestro stand”,* indicaba **Pedro Schuler, director de Ventas de Danone**.

#### Acerca de Danone

Danone es una empresa líder mundial de alimentación y bebidas que opera en tres categorías centradas en la salud, de rápido crecimiento y en tendencia: Lácteos Esenciales y Productos Vegetales, Aguas y Nutrición Especializada. Con la misión de aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas posible, Danone tiene como objetivo inspirar prácticas de alimentación y consumo más saludables y sostenibles, comprometiéndose al mismo tiempo a lograr un impacto nutricional, social, social y medioambiental tangible. Danone ha redefinido su estrategia para establecer el crecimiento, la competitividad y la creación de valor a largo plazo. Con más de 96.000 empleados y productos vendidos en más de 120 mercados, Danone generó unas ventas de 27.600 millones de euros en 2023. El portfolio de Danone en España incluye marcas líderes en sus categorías como Actimel, Activia, Alpro, YoPRO, Almirón, Nutricia, Danacol, Font Vella o Lanjarón. En España, Danone da empleo a 2.000 trabajadores, tiene plantas de producción e instalaciones productivas en diferentes localizaciones de España y abastece anualmente a alrededor de 14 millones de hogares, así como a los principales hospitales. Para 2025, Danone aspira a convertirse en una de las primeras empresas en obtener la certificación global B Corp™ en todos los países que opera.

Para más información: [www.danoneespana.es](http://www.danoneespana.es)



Para más información  
Equipo Comunicación Danone  
[communications.spain@danone.com](mailto:communications.spain@danone.com)

Para más información APPLE TREE  
Judith Agudo / Cecilia Ossorio  
Mobile +34 647230850 / +34 680225712  
[danonecomms@appletree.agency](mailto:danonecomms@appletree.agency)