

The Alimentaria Hub[®]

Trends & Innovation

**The world's best food
industry think tank**

Innoval 2022

El punto de encuentro de las Tendencias y la Innovación

The meeting point for Trends Innovations

Alimentaria 2022

04 - 07 abril April 2022
Fira de Barcelona Recinto Gran Vía

Alimentaria  Exhibitions

ÍNDICE

INDEX

PRESENTACIÓN <i>FOREWORD</i>	3
INNOVAL 2022	8
PRESENTACIÓN <i>FOREWORD</i> José M ^a Bonmatí	9
PREMIOS AWARDS	11
JURADO JURY	12
CATEGORÍAS <i>CATEGORIES</i>	
A ACEITES, VINAGRES Y CONDIMENTOS <i>OILS, VINEGAR AND CONDIMENTS</i>	13
B AGUAS, REFRESCOS Y CERVEZAS <i>WATER, SOFT DRINKS AND BEERS</i>	15
C ALIMENTACIÓN SECA, DESHIDRATADA, CONSERVAS Y SEMICONSERVAS <i>DRIED AND DEHYDRATED FOODS, CANNED FOODS</i>	25
D CÁRNICOS, DERIVADOS Y PLANT BASED <i>MEAT, MEAT PRODUCTS AND PLANT BASED</i>	54
E DULCERÍA, CONFITERÍA, SNACKS Y PANADERÍA <i>SWEET, CONFECTIONERY, SNACKS AND BAKERY PRODUCTS</i>	81
F HELADOS Y CONGELADOS <i>ICE CREAM & FROZEN FOODS</i>	109
G LÁCTEOS Y DERIVADOS <i>MILK AND DAIRY PRODUCTS</i>	119
H PRODUCTOS FRESCOS Y REFRIGERADOS NO LÁCTEOS <i>NON-DAIRY FRESH AND CHILLED PRODUCTS</i>	133
PARTNERING COMPANIES	150
COLLABORATORS	163

PRESENTACIÓN

FOREWORD

PRESENTACIÓN

Tras dos años de pandemia que han cambiado el mundo, Alimentaria vuelve para ser, más que nunca, el gran encuentro de la industria de la alimentación, bebidas y foodservice. Y The Alimentaria Hub es, también más que nunca, su epicentro estratégico: el espacio para la innovación, para las tendencias, para responder a imperativos urgentes como la digitalización o la sostenibilidad, y para avanzarse a los retos de la alimentación del futuro.

En estos dos años, la industria alimentaria ha dado una auténtica lección de resiliencia. Se ha adaptado, en tiempo récord, a circunstancias que no habíamos vivido nunca. Ni tan solo las habíamos imaginado. Cuando el mundo se paró, siguió trabajando para responder a un incremento de demanda en retail de la noche a la mañana. Y mientras tanto, ha seguido innovando con nuevos productos, como los expuestos hoy en Innoval, y con proyectos para acelerar su respuesta al reto de la digitalización y la sostenibilidad. Y ha seguido exportando sus productos a países de todo el mundo, manteniendo sus cifras en 2020, a pesar de la pandemia.

Esta edición, y gracias a la celebración conjunta con Hostelco, cerca de 3.000 empresas vuelven a Barcelona en una muestra más de la fortaleza del primer sector industrial de España. El sector vuelve a demostrar su músculo, con sus productos más innovadores y sus proyectos más disruptivos para ser aún más competitivos. Con sus mejores galas para seducir a miles de compradores, muchos de ellos internacionales, con los que pueden abrir enormes oportunidades de negocio. Es, sin duda, una Alimentaria especial. Y estamos convencidos de que será, además, la Alimentaria de la recuperación de la confianza y de la superación.

Josep-Ll. Bonet
Presidente del Comité Organizador de Alimentaria 2022

FOREWORD

After two pandemic years that have changed the world, Alimentaria is back to be, more than ever, the great gathering of the food, beverage and foodservice industry. And The Alimentaria Hub is, also more than ever, its strategic epicentre: the space for innovation, for trends, for responding to urgent imperatives such as digitalisation and sustainability, and for anticipating the food challenges of the future.

In these two years, the food industry has given a real lesson in resilience. It has adapted, in record time, to circumstances we had never experienced before. We had not even imagined them. When the world came to a standstill, it continued working to respond to an overnight increase in retail demand. In the meantime, it has continued to innovate with new products, such as those on display today at Innoval, and with projects to accelerate its response to the challenge of digitalisation and sustainability. And it has continued to export its products to countries all over the world, maintaining its figures in 2020, despite the pandemic.

This year, thanks to the joint trade show days with Hostelco, nearly 3,000 companies are returning to Barcelona in a further demonstration of the strength of Spain's leading industrial sector. The sector is once again demonstrating its strength, with its most innovative products and its most disruptive projects in order to be even more competitive. With their best clothes on to seduce thousands of buyers, many of them international, with whom they can open up huge business opportunities. It is indeed a special Alimentaria. And we are convinced that it will also be the Alimentaria of the recovery of confidence and improvement.

Josep-Ll. Bonet
President of the Alimentaria Organising Committee 2022

Innovación en el presente, industria para el futuro

Es un hecho incuestionable que la industria de alimentación y bebidas es un sector de referencia para nuestra economía. Parte de su fortaleza reside en la combinación de valores que han acompañado su hacer desde hace muchos años como parte de su ADN: riqueza, variedad, seguridad y calidad, que no serían posibles sin el impulso de la I+D+i.

Y es que la industria de alimentación y bebidas es uno de los sectores más innovadores que existe. Continuamente las empresas investigan para avanzar en nuevos productos, enriquecer los ya existentes y también para optimizar los procesos de elaboración para hacerlos más eficientes, sostenibles y competitivos.

Los productos que encontramos en los lineales no son fruto del azar, sino que son el resultado de un largo proceso de investigación, desarrollo e inversión en múltiples recursos y que abarca toda la vida útil del alimento. Es una búsqueda constante de la excelencia para mejorar la experiencia de consumo, adaptarse a las necesidades del ciudadano y afrontar los retos que impone la propia evolución de la sociedad.

No debemos pensar en este aspecto como una cuestión de futuro, sino de presente. Una afirmación que se ha puesto de manifiesto más que nunca durante la crisis del coronavirus. En estos meses de gran incertidumbre para todos los sectores económicos a causa de la pandemia, muchas empresas han aprendido una valiosa

lección: la importancia de digitalizarse a tiempo. No extraña que las empresas que mejor han afrontado la crisis son aquellas que han sabido cultivar la cultura de innovación a lo largo del tiempo, pues esto les ha permitido minimizar riesgos a la hora de afrontar los profundos cambios que han experimentado los diferentes mercados internacionales, así como los nuevos hábitos de consumo.

Llegamos a Alimentaria en un momento donde la innovación se ha reafirmado como una de las palancas tractoras y transversales para el crecimiento y el desarrollo de nuestra industria. Junto a la sostenibilidad, se está convirtiendo en eje de las principales políticas a nivel español y europeo y ya está marcando el futuro de todos los sectores económicos.

Por eso, espacios como The Alimentaria Hub son imprescindibles, ya que contribuyen a situar la innovación en el centro del mapa del sector alimentario y alrededor del cual la industria debe articular todas sus políticas. Y todo ello para afianzar un entorno dinámico y mantener el compromiso ineludible de la industria de alimentación y bebidas hacia la competitividad y la riqueza de nuestro país.

Tomás Pascual Gómez-Cuétara
Presidente de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB)

Innovation for today, industry for tomorrow

It is an unquestionable fact that the food and beverage industry is a reference sector for our economy. Part of its strength lies in the combination of values that have been part of its DNA for many years: richness, variety, safety and quality, which would not be possible without the promotion of R+D+i.

The food and beverage industry is one of the most innovative sectors in existence. Companies are continuously researching to develop new products, enrich existing ones and also to optimise manufacturing processes so as to make them more efficient, sustainable and competitive.

The products that we find on the shelves have not been developed by chance, but are the result of a long process of research, development and investment in multiple resources that covers the entire shelf life of the food. It is a constant search for excellence in order to improve the consumer experience, adapt to the citizens' needs and meet the challenges imposed by the evolution of society itself.

We should not think of this as a matter for the future, but for the present. A statement that has become more evident than ever during the coronavirus crisis. In these months of great uncertainty for all economic sectors due to the pandemic, many companies have learned a valuable lesson: the importance of going digital in time. It is not surprising that the companies that have coped

best with the crisis are those that have been able to cultivate the culture of innovation over time, as this has allowed them to minimise risks when facing the profound changes that the different international markets have undergone, as well as the new consumer habits.

We are coming to Alimentaria at a time when innovation has been reaffirmed as one of the driving and cross-sectional influences for the growth and development of our industry. Together with sustainability, it is becoming the focus of the main policies at Spanish and European level and it is already shaping the future of all economic sectors.

For this reason, spaces such as The Alimentaria Hub are essential, as they contribute to placing innovation at the centre of the food sector map and around which the industry must articulate all its policies. And all this in order to consolidate a dynamic environment and maintain the food and beverage industry's inescapable commitment to the competitiveness and wealth of our country.

Tomás Pascual Gómez-Cuétara
President of the Spanish Federation for the Food and Drink Industries (FIAB)

PRESENTACIÓN

La innovación siempre ha sido el sello de identidad de Alimentaria con especial énfasis en The Alimentaria Hub, espacio singular y disruptivo del salón donde la I+D+i está al servicio de las empresas y su cadena de valor.

Alimentaria Hub es el punto de encuentro entre la realidad presente y la posibilidad futura del ecosistema alimentario, un observatorio privilegiado que actúa como catalizador de las tendencias del sector. Y todo ello con una firme vocación de servicio al tejido productivo de una industria que es motor económico y social del país.

Innovar es hoy un imperativo, una auténtica ventaja competitiva para la empresa alimentaria, sea cual sea su dimensión, procedencia y alcance de mercado. Y, además, favorecida por la tecnología, la innovación debe ser capaz de ofrecer al mercado experiencias de mejora reales en cuanto a consumo y al servicio. Sin duda, todo un desafío que se ha puesto a prueba en estos meses difíciles en que la industria alimentaria ha sido un auténtico ejemplo de buen hacer y resiliencia.

Por ello, el reto innovador se mantiene vigente en The Alimentaria Hub que una edición más rinde tributo al proceso acelerado con el que las empresas españolas están dando respuesta al desafío de la innovación, pese a la ralentización del crecimiento económico y al difícil contexto pandémico.

Propuestas como Innoval, Taste of Tomorrow, el Congreso Internacional de la Dieta Mediterránea, el 5º Congreso Nestlé de Creación de Valor compartido, congresos, seminarios, conferencias y la celebración de más de 12.500 reuniones de negocios se erigen como una potente fuente de inspiración para las empresas del sector.

J. Antoni Valls
Director general de Alimentaria Exhibitions

FOREWORD

Innovation has always been the hallmark of Alimentaria, with special emphasis on The Alimentaria Hub, a unique space at the trade show with disruptive technologies where RDI is placed at the service of companies and their value chain.

Alimentaria Hub is the point of convergence between what's happening now in the food ecosystem and the future possibilities, a superb viewpoint and one that acts as a catalyst for sector trends. And all of this has the firm vocation to serve the productive fabric of an industry that is the country's economic and social engine.

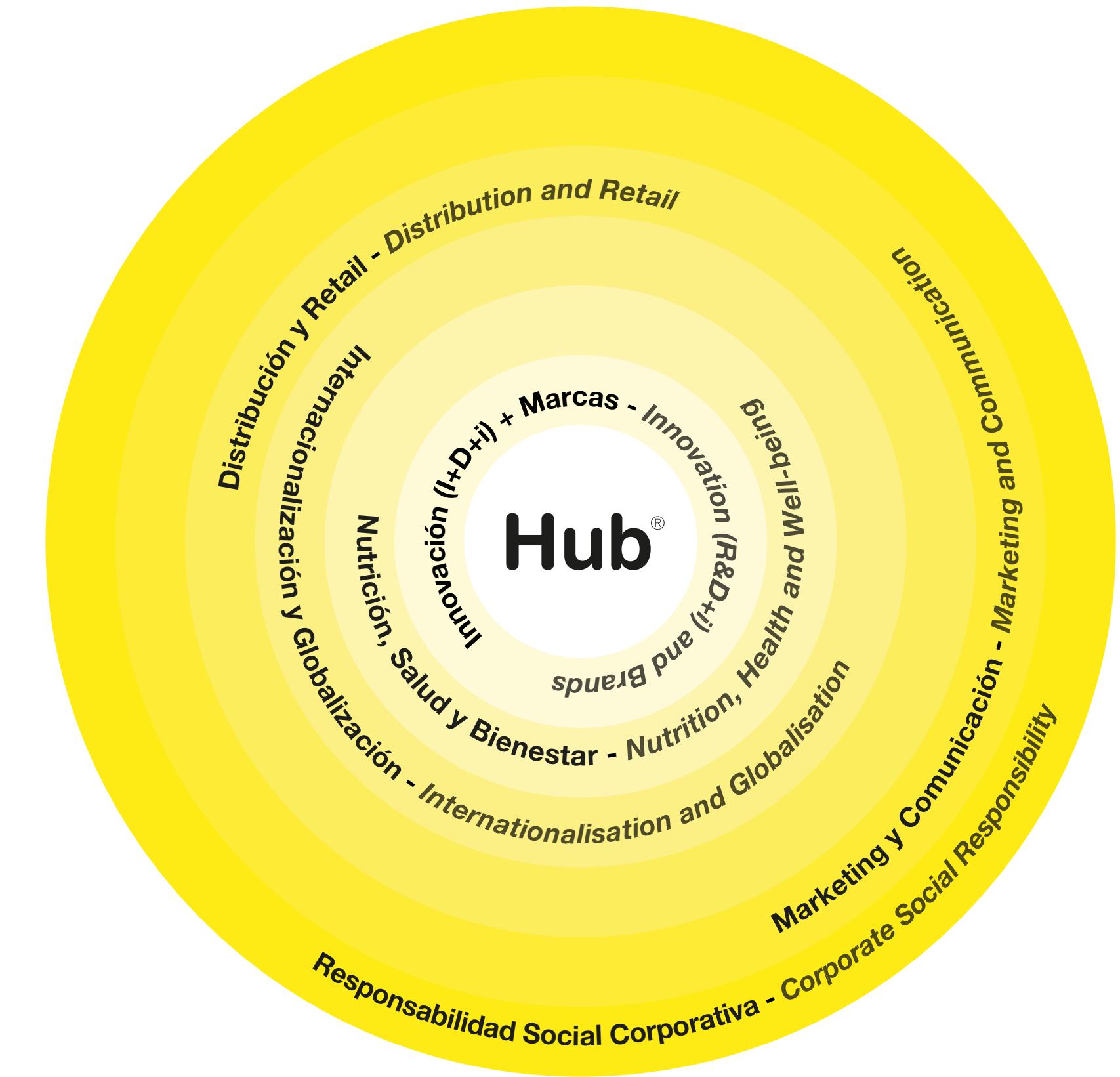
Innovation today is imperative, providing a real competitive advantage for food companies, whatever their size, origin and market reach. What's more, with the help of technology, innovation must be able to offer experiences to the market that truly lead to better consumption and service. This is a challenge that has been put to the test over the rough road travelled by the food industry, which has been a true example of good work and resilience.

That's why the challenge of innovation remains a current one at The Alimentaria Hub, which once again pays tribute to the speedy process Spanish companies are giving to the challenge of innovation, despite the slowdown in economic growth and the hardships of the pandemic.

Events such as Innoval, Taste of Tomorrow, the International Congress on the Mediterranean Diet, the Nestlé Forum on Shared Value Creation, congresses, seminars, conferences and more than 12,500 business meetings are a powerful source of inspiration for companies in the sector.

**J. Antoni Valls
General director of Alimentaria Exhibitions**

EJES ESTRATÉGICOS DEL HUB *THE HUB'S KEY THEMES*



INNOVAL 2022

Innovación (I+D+i) + Marcas

Innoval es una gran exposición de productos que representan la capacidad innovadora del sector. Es el punto de encuentro donde las marcas hablan y acercan sus atributos a los visitantes del salón, aportando una nueva visión que sitúa el conocimiento por encima de la propia innovación de producto.

PRESENTACIÓN José M^a Bonmatí

PREMIOS

JURADO

CATEGORÍAS

A ACEITES, VINAGRES Y CONDIMENTOS

B AGUAS, REFRESCOS Y CERVEZAS

C ALIMENTACIÓN SECA, DESHIDRATADA, CONSERVAS Y SEMICONSERVAS

D CÁRNICOS, DERIVADOS Y PLANT BASED

E DULCERÍA, CONFITERÍA, SNACKS Y PANADERÍA

F HELADOS Y CONGELADOS

G LÁCTEOS Y DERIVADOS

H PRODUCTOS FRESCOS Y REFRIGERADOS NO LÁCTEOS

INNOVAL 2022

Innovation (Reserch and Development) and Brand

Innoval is a major product exhibition that illustrates the sector's capacity for innovation. It is a meeting point where brands can address and elucidate their attributes to show visitors, offering a new vision that places knowledge above product innovation itself.

FOREWORD José M^a Bonmatí

AWARDS

JURY

CATEGORIES

A OILS, VINEGAR AND CONDIMENTS

B WATER, SOFT DRINKS AND BEERS

C DRIED AND DEHYDRATED FOODS, CANNED FOODS

D MEAT, MEAT PRODUCTS AND PLANT BASED

E SWEET, CONFECTIONERY, SNACKS AND BAKERY PRODUCTS

F ICE CREAM & FROZEN FOODS

G MILK AND DAIRY PRODUCTS

H NON-DAIRY FRESH AND CHILLED PRODUCTS

DECLARACIÓN

DECLARATION

La crisis del COVID 19 ha cambiado algunas de las prioridades del consumidor y ha acelerado tendencias que ya se venían gestando con anterioridad y que tienen un gran impacto en el mundo de la alimentación. Por ello, este año, más que nunca, The Alimentaria Hub y su área de exposición Innoval cobran, si cabe, mayor interés y protagonismo a la hora de conocer e interpretar esos cambios que van a marcar el futuro de la alimentación y que invitan a las empresas a repensar sus negocios para responder a los nuevos desafíos.

La apuesta por una alimentación saludable, la preocupación por el futuro del planeta, el desarrollo sostenible y la transformación digital son grandes ejes de cambio y cobran fuerza a gran velocidad. Por ello, el sector busca nuevas fórmulas y productos capaces de responder a las nuevas exigencias de una sociedad en constante evolución. La innovación

es una gran apuesta a la hora de avanzar en ese objetivo e Innoval el mejor escaparate para descubrir los productos que anualmente “rompen moldes” y que sorprenden con una propuesta diferencial de valor en términos de experiencia, conveniencia, momento de consumo...

Un año más, Innoval nos permitirá descubrir alrededor de 300 novedades y encontrar inspiración en esos productos con los que las marcas apuestan por nuevos ingredientes, sabores, texturas, formatos, packagings...

Dentro del espacio de intercambio, colaboración y conocimiento que brinda The Alimentaria Hub, Innoval volverá a ser la puerta de entrada a ese mundo en que confluyen la innovación, la investigación y el conocimiento y en el que las ideas más disruptivas se materializan.

José M^a Bonmatí
Presidente de Innoval

The crisis at COVID 19 has changed some of the consumer's priorities and accelerated trends that were already in the making and have a major impact on the world of food. Therefore, this year, more than ever, The Alimentaria Hub and its exhibition area Innoval charge, greater interest and protagonism in knowing and interpreting those changes that will mark the future of food and that invite companies to rethink their businesses to respond to new challenges.

The commitment to a healthy diet, concern for the future of the planet, sustainable development and digital transformation are major axes of change and are gaining strength at high speed. Therefore, the sector is looking for new formulas and products capable of responding to the new requirements of a

constantly evolving society. Innovation is a great bet when it comes to advancing in that objective and Innoval the best showcase to discover the products that annually “break molds” and that surprise with a differential proposal of value in terms of experience, convenience, time of consumption...

Once again, Innoval will allow us to discover around 300 new products and find inspiration in those products with which brands bet on new ingredients, flavors, textures, formats, packagings ...

Within the space of exchange, collaboration and knowledge provided by The Alimentaria Hub, Innoval will once again be the gateway to that world in which innovation, research and knowledge converge and in which the most disruptive ideas materialize.

José M^a Bonmatí
Innoval president

DECLARACIÓN

Presentación del ministerio de agricultura, pesca y alimentación como patrocinador en el catálogo innoval de alimentaria

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de su marca **#alimentosdespaña** ha creado una estrategia de promoción y comunicación, para reconocer el prestigio de nuestros alimentos. Esta estrategia pone en valor el sistema agro-alimentario español, el trabajo de los productores de alimentos y la calidad y diversidad de nuestros Alimentos de España.

Desde el punto de vista de la alimentación, España cuenta con un apoyo indudable a su atractivo turístico, a través de la variedad y calidad de nuestros alimentos. Y ello es debido, no solo a la calidad de nuestra gastronomía, tanto tradicional como de vanguardia, sino por contar con una amplísima gama de materias primas, producidas con altísimos estándares de calidad y con una industria agroalimentaria puntera en la UE y en el mundo.

La innovación y transformación ha sido clave para tener un sector agroalimentario de vanguardia. Por ello, es necesario seguir actualizándose, y será de gran ayuda el Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) del sector agroalimentario, para dotar de la financiación y de las líneas de actuación necesarias para emprender los cambios medioambientales, digitales, sociales y económicos a los que tendrá que hacer frente en la próxima década.

Por ello, es fácil identificar a España con nuestro slogan de la campaña de Alimentos de España, **El PAIS MAS RICO DEL MUNDO**.

“Somos un País con Cientos de Productos con Reconocimiento Europeo”. El máximo exponente de esa calidad en las materias primas lo constituyen los alimentos amparados bajo las figuras de calidad, ligadas al territorio y a prácticas de producción y elaboración tradicionales, que recogen siglos de sabiduría en la elaboración de alimentos, las DOP y las IGP.

Los alimentos ecológicos son otro de nuestros estándares más importantes. Somos grandes productores de alimentos ecológicos por eso “Aquí Somos ECO-LOGICOS”

Mediante la promoción de la marca **“#alimentosdespaña”** se busca mejorar el posicionamiento del sector agroalimentario español, reconociendo el valor del trabajo de agricultores, ganaderos y pescadores que representan el origen de nuestros alimentos.

DECLARATION

Presentation of the ministry of agriculture, fisheries and food as a sponsor in the innoval catalogue of alimentaria

The Ministry of Agriculture, Fisheries and Food, through its **#alimentosdespaña** brand, has created a promotion and communication strategy to recognise the prestige of our food. This strategy highlights the value of the Spanish agri-food system, the work of food producers, and the quality and diversity of our Food from Spain.

From the point of view of food, Spain's tourist attraction is undoubtedly supported by the variety and quality of our foodstuffs. This is due not only to the quality of our gastronomy, both traditional and avant-garde, but also to the fact that we have a wide range of raw materials, produced to the highest quality standards, and an agri-food industry that is at the forefront of the EU and the world.

Innovation and transformation have been key to having a cutting-edge agri-food sector. This is why it is important to remain up to date, and the Strategic Project for the Recovery and Economic Transformation (PERTE) of the agri-food sector will be of great help in providing the necessary funding and lines of action to undertake the environmental, digital, social and economic changes that it will have to face in the next decade.

It is therefore easy to identify Spain with our Food from Spain campaign slogan, **El PAIS MAS RICO DEL MUNDO** (The richest country in the world).

“We are a Country with Hundreds of Products with European Recognition”. The maximum exponent of this quality in raw materials is the foodstuffs protected under the quality labels, linked to the territory and to traditional production and processing practices, which reflect centuries of wisdom in food production, the PDOs and PGIs.

Organic food is another of our most important standards. We are big producers of organic food, that's why “Here we are ECO-LOGICAL”.

By promoting the **“#alimentosdespaña”** brand, the aim is to improve the positioning of the Spanish agri-food sector, recognising the value of the work of farmers, livestock breeders and fishermen who represent the origin of our food.

INNOVAL 2022

PREMIOS INNOVAL INNOVAL AWARDS



International Award

a la mejor innovación internacional
de Innoval

*for the best international innovation
at Innoval*

Retail Award

a la mejor innovación
for the best innovation



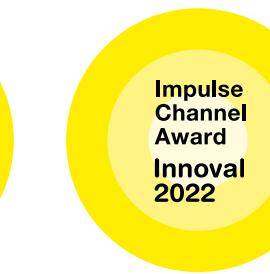
Category Award

a la mejor innovación de cada
categoría / sector

*for the best innovation in each
category / sector*

Impulse Channel Award

a la mejor innovación
for the best innovation



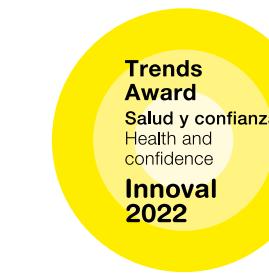
Horeca Award

a la mejor innovación
for the best innovation



Trends Award Placer Pleasure

Innoval
2022



Trends Award Salud y confianza Health and confidence

Innoval
2022



Trends Award Conveniencia Convenience

Innoval
2022



Trends Award Sostenibilidad Sustainability

Innoval
2022

INNOVAL 2022

JURADO JURY

PRESIDENTE CHAIR

José Ma Bonmatí

Director General de AECOC

CEO of AECOC

VOCALES MEMBERS

Sr. José Miguel Herrero

Director General de la Industria Alimentaria. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. MAPA.

Sra. Gemma Cernuda

CEO Ellas Deciden

Sra. Yvonne Colomer

Directora de Fundación Triptolemos
Director of the Triptolemos Foundation

Sr. Jaime de Haro

Director General Ediciones y Estudios S.L.
CEO of Ediciones y Estudios S.L.

Sr. Enric Ezquerra

Presidente Ejecutivo. Supermercados Sánchez Romero
CEO Sanchez Romero Supermarkets

Sr. León Gutiérrez Sáez

Dtor. General Saexma
CEO of Saexma

Sr. Josep Usall i Rodié

Director General de IRTA
CEO of IRTA

Sr. José Martínez

Director comercial de Euromadi
Director of Euromadi

Marius Robles

Chief Visionary Officer. Food by Robots

SECRETARIO SECRETARY

J. Antoni Valls*

Director General de Alimentaria Exhibitions
CEO Alimentaria Exhibitions

* El director General de Alimentaria Exhibitions actuará como Secretario pero sin voto.

INNOVAL 2022

ACEITES, VINAGRES Y CONDIMENTOS
OILS, VINEGAR AND CONDIMENTS

A

Oliva Verde Líquida by Caviaroli

Category Award
Innoval 2022

A

Salsa elaborada a partir del jugo obtenido de exprimir aceitunas verdes encurtidas, la típica aceituna de mesa. Como resultado obtenemos una fina salsa apta para todo tipo de platos, desde el aperitivo hasta el postre. Ideal para salsear, decorar y finalizar cualquier tipo de plato; arroces, verduras, pescados etc. Disponible en 3 variedades: Oliva Verde, Oliva con Chipotle y Oliva con Piparra.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Facilidad de uso

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Sauce made from the juice obtained from squeezing pickled green olives, the typical table olive. As a result we obtain a fine sauce suitable for all kinds of dishes, from appetizers to desserts. Ideal to sauce, decorate and finish any type of dish; rice, pasta, seafood, meats, vegetables, fish etc. Available in 3 varieties: Green Olive, Olive with Chipotle and Olive with Piparra.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Ease of use

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
500 ml

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
2º - 30º C

Fabricante *Manufacturer*
Caviaroli S.L.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
11 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca

Precio aprox. *Approximate price*
11 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Caviaroli

Jefe de producto *Product Manager*
Ramon Ramon

Empresa *Company*
Caviaroli S.L.
Santi Ramon · Director Comercial
Plaza Santa Eulàlia, 5 1
08292 Esparreguera / Barcelona España
+ 34 679 460 559
www.caviaroli.com



Sector *Sector*
Alimentaria Trends - Fine Foods

Pabellón *Pavilion*
P.5

Nº Stand
F - 300

A

B

C

D

E

F

G

H

INNOVAL 2022

AGUAS, REFRESCOS Y CERVEZAS
WATER, SOFT DRINKS AND BEERS

B

Lanjarón

Lanjarón sigue apostando por la sostenibilidad con su nueva botella en el formato 1,25L. Una botella que no lleva etiqueta, y que tiene la información necesaria para el consumidor grabada en el propio envase. Su envase es 100% reciclado y 100% recicitable, con un tapón que queda unido a la botella para asegurar 100% la reciclabilidad de este. Además, es un producto certificado como Carbon Neutral.

TENDENCIA

Sostenibilidad: Packaging Sostenible, Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Lanjarón keeps innovating in circular packaging solutions. The new bottle design has been created using 100% recycled plastic and 100% recyclable, whilst being label-free. The cup is also united to the bottle to ensure 100% recyclability of the bottle. Also, the bottle innovation has achieved carbon neutrality certification.

TREND

Sustainability: Sustainable Packaging, Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

1,29 kg bruto y medidas del formato 29,1x84x84

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

2 años

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Consevar en lugar limpio, fresco y seco

Fabricante *Manufacturer*

Danone

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

01 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

0,66 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

R&I Danone

Jefe de producto *Product Manager*

-

Empresa *Company*

Danone S.A.

Karine Deboudieu · Assistant VP Sales Iberia

Calle Buenos Aires, 21

08029 Barcelona / Barcelona España

+ 34 621 048 084

www.danone.com



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
500 - 500

Agua de Kéfir sabor Limón y Jengibre Be Plus

Category Award
Innoval 2022

B

Con un cómodo formato “On the go” perfecto para su consumo, envase de material 100% reciclado y reciclabl e e ingredientes 100% naturales. Esta gama de bebidas contiene bacterias buenas que viven de forma natural en el cuerpo y que ayudan a restaurar el equilibrio de la flora intestinal. Además es apta para veganos, intolerantes a la lactosa o al gluten, baja en azúcares y calorías.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Efectos terapéuticos y alegaciones para la salud, Energía y bienestar

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Ready to drink on the go, with 100% recycled and recyclable packaging and 100% natural ingredients. This range of drinks contains helpful bacteria that live naturally in the body and restore the balance of the intestinal flora. Suitable for vegans as well as lactose and gluten free diets. Low in sugars and calories. Choose the flavour you love best!

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Therapeutic effects and health claims, Energy and wellness

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
330ml

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
60 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
4°C

Fabricante *Manufacturer*
Vicky Foods

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
01 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
1,55 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Vicky Foods

Jefe de producto *Product Manager*
Joaquín del Río

Empresa *Company*
Vicky Foods Products
Alba Soler · *Trade Marketing Manager*

Avenida Alicante, 134
46702 Gandia / Valencia España
+ 34 961 021 000
www.vickyfoods.es



Sector *Sector*
Grocery Products
Pabellón *Pavilion*
P.2
Nº Stand
E - 450



A



B

C

D

E

F

G

H

Oliba Green Beer The Original One

Primera cerveza verde de oliva del mundo elaborada según el estilo Bohemian Pilsner con maltas y lúpolos de alta calidad, con aceitunas de la comarca del Pallars Jussà (provincia Lleida) con 5% de grado alcohólico, 5,7 IBU (amargor) y 6 EBC (color). Referente al sabor es muy agradable, suave y refrescante y el aroma aporta toques florales y especiados con notas sutiles de hoja de olivo.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

The world's first green olive beer brewed according to the Bohemian Pilsner style with high-quality malts and hops, with olives from the Pallars Jussà region (province of Lleida) with 5% alcohol content, 5. 7 IBU (bitterness) and 6 EBC (Colour). Regarding the taste, it is very pleasant, soft and refreshing and the aroma provides floral and spicy touches with subtle notes of olive leaf.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

33 CL Y 75 CL, 0,6 KG Y 1,25 KG

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

24 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

1-10°C

Fabricante *Manufacturer*

Click&Brew S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

05 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

Alemania, Canadá, España, Estados Unidos De América, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

2,10 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Atrevia

Jefe de producto *Product Manager*

Ivan Caelles Colomés

Empresa *Company*

Erm del Pallars Productions S.L.

Ivan Caelles Colomés · CEO

Calle JAUME II, 47 3R A
25001 Lleida / Lleida España
+ 34 973 278 531

www.olibagreenbeer.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
E - 600

A

B

C

D

E

F

G

H

Oliba Green Beer The Empeltre One

Primera cerveza verde de oliva del mundo elaborada según el estilo Bohemian Pilsner con maltas y lúpolos de alta calidad, con aceitunas Empletre del Bajo Aragón (provincia Teruel) con 5,5% de grado alcohólico, 5,7 IBU (amargor) y 6 EBC (color). Referente al sabor es muy agradable y con cuerpo y el aroma aporta toques florales y especiados con notas sutiles de hoja de olivo.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

The world's first green olive beer brewed according to the Bohemian Pilsner style with high-quality malts and hops, with Empeltre olives from Bajo Aragón (Teruel province) with 5. 5% alcoholic strength, 5. 7 IBU (bitterness) and 6 EBC (Colour). Regarding the taste, it is very pleasant and full-bodied and the aroma provides floral and spicy touches with subtle notes of olive leaf.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Rosa Rubio COM 360 S.L.

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

24 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Rosa Rubio COM 360 S.L.

Fabricante *Manufacturer*

Click&Brew S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

05 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

Alemania, Canadá, España, Estados Unidos De América, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

2,10 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Atrevia

Jefe de producto *Product Manager*

Ivan Caelles Colomés

Empresa *Company*

Erm del Pallars Productions S.L.

Ivan Caelles Colomés · CEO

Calle Jaume II, 47 3R A

25001 Lleida / Lleida España

+ 34 973 278 531

www.olibagreenbeer.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
E - 600

Duet

Duet es nuestra cerveza ácida elaborada con el Celler de Can Roca. Una combinación de malta de cebada y uva garnacha blanca. De estilo Sour Ale, que se caracteriza por tener un peculiar sabor ácido y una alta intensidad aromática. Es una cerveza fresca y llena de matices ideal para maridar con pescado, marisco y otros productos de mar.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Duet is our sour beer made with El Celler de Can Roca. A combination of barley malt and white grenache grape. A Sour Ale characterized by a peculiar sour taste and a high aromatic intensity. It is a fresh and full of nuances beer ideal for pairing with fish, shellfish and other seafood.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Tres formatos disponibles: Botella (1 x 33cl), Cesta (6 x 33cl) y Caja (24 x 33cl) Peso del producto: 1kg aproximadamente por botella.

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

1 año

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

En nevera a 5 grados. Se recomienda una temperatura de servicio de entre 8 y 10º en una copa estrecha que permita la concentración de aromas.

Fabricante *Manufacturer*

S.A. Damm

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

10 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,10 € (1 x 33cl)

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

S.A. Damm

Jefe de producto *Product Manager*

Cristina Coll

Empresa *Company*

S.A. Damm

Adriana Vallès · *Product Manager (Marketing)*

Calle Rosselló, 515

08025 Barcelona / Barcelona España

+ 34 626 364 490

www.damm.com



Sector
Restaurama

Pabellón Pavilion
P.4

Nº Stand
D - 350

500 Gotas r-Pet

Las botellas de 500 Gotas rPET mantienen la pureza original del agua, sin alterar su composición mineral. Con su producción reducimos la huella de carbono generando un 75% menos de emisiones de CO₂ que fabricando con PET tradicional. Utilizar rPET significa no depender de materia prima petroquímica virgen. 500 Gotas es una marca y una gama que aporta valor e innovación a la categoría de aguas.

TENDENCIA

Sostenibilidad: value-chain

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

The 500 Drops rPET bottles maintain the original purity of the water, not altering its mineral composition. Through its production we reduce the carbon footprint generating 75% less CO₂ emissions than traditional PET manufacturing. Using rPET means not depending on virgin petrochemical raw material. 500 Drops is a brand and a range that brings added value and innovation to the water category.

TREND

Sustainability: value-chain

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Formato de 50 cl y peso de 0,60 kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

2 años

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

10°C - 15°C

Fabricante *Manufacturer*

Aigua de Sant Aniol S.L.U.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

05 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

0,80 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Aigua Sant Aniol

Jefe de producto *Product Manager*

Xavier Aurich

Empresa *Company*

Aigua Sant Aniol

Blanca Perez · *Brand Manager*

Calle Can Talleda, s/n

17154 Sant Aniol de Finestres / Girona España

+ 34 972 449 818

www.santaniol.com



A

B

C

D

E

F

G

H

Sector
Lands of Spain

Pabellón Pavilion
P.1

Nº Stand
D - 299-02

Crema de Mango Sargento Tequela

Estas cremas están elaboradas con una base láctea que le confiere una textura sedosa y con un toque de Tequila y Agave. La familia está compuesta por los siguientes sabores: mango, fresa, piña colada y chocolate. Sabores inspirados en postres y frutas exóticas. La fruta proviene de la costa tropical. Canal de venta es el de alimentación, distribución y tiendas on line.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Cosmopolitismo y exotismo, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.), Carácter lúdico
Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación
Salud: Ligereza y nutrición, Energía y bienestar
Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

These creams are made with a dairy base that gives it a silky texture and a touch of Tequila and Agave. The family is made up of the following flavors: mango, strawberry, piña colada and chocolate. Flavors inspired by desserts and exotic fruits. Which come from the tropical coast of Spain. The main sales channel is food and distribution, as well as through our online store.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Cosmopolitanism and exoticism, Variety (new flavours, new sensations, etc.), Fun
Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation
Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Energy and wellness
Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
23,5 cm y 0,7 kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
24 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
0° - 25° C

Fabricante *Manufacturer*
Lial Drinks S.L.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
10 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
Alemania, Andorra, Argentina, España, Estados Unidos De América, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
10,95 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Industria Espadafor

Jefe de producto *Product Manager*
Ester Hidalgo

Empresa *Company*
Industrias Espadafor
Ester Hidalgo · Responsable Departamento Marketing

Avenida Eulogio Espadafor, 2
18130 Escúzar / Granada España
+ 34 674 261 979

www.espadafor.es



Sector
Restaurama

Pabellón Pavilion
P.4

Nº Stand
B - 420

A

B

C

D

E

F

G

H

Coctel Piña Colada 1,75 l. 'La Celebración'

Preparados de cócteles sin alcohol con una base de fruta tropical. Diseñado en formato 1,75l listos para tomar. Bebida armoniosa, equilibrada a base de frutas tropicales, con propiedades antioxidantes y digestivas y aporte nutritivo. El público objetivo al que va dirigido son aquellos consumidores que buscan diferentes soluciones amigables para la salud. Formato diseñado para gran consumo.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Cosmopolitismo y exotismo, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.), Carácter lúdico

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación, Consumo instantáneo

Salud: Ligereza y nutrición, Energía y bienestar

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Non-alcoholic cocktail preparations with a base of tropical fruit. Designed in 1.75l format Ready to drink. Harmonious drink, balanced based on tropical fruits, with antioxidant and digestive properties and nutritional content. Its taste on the palate evokes pleasant sensations and with a striking color in sight. The consumers are looking for people who find solutions for health.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Cosmopolitanism and exoticism, Variety (new flavours, new sensations, etc.), Fun

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation, Instant consumption

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Energy and wellness

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

28,5 cm y 1,75 kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

24 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0º - 25º C

Fabricante *Manufacturer*

Industrias Espadafor S.A.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

01 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

9,85 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Industrias Espadafor

Jefe de producto *Product Manager*

Ester Hidalgo

Empresa *Company*

Industrias Espadafor

Ester Hidalgo · Responsable Departamento Marketing

Avenida Eulogio Espadafor, 2

18130 Escúzar / Granada España

+ 34 674 261 979

www.espadafor.es



Sector
Restaurama

Pabellón Pavilion
P.4

Nº Stand
B - 420

Zumo en cápsulas Zutec

Hemos incorporado al mercado una nueva categoría de producto: las primeras cápsulas para preparar zumo 100% natural compatibles con las cafeteras Nescafé Dolce Gusto*, donde la innovación y la tecnología se unen al servicio de la salud, el bienestar y el placer. Esta tecnología patentada por Zutec, a nivel mundial, consiste en introducir líquido en las cápsulas.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Packaging sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

We have introduced a new product category to the market: the first 100% natural juice capsules compatible with Nescafé Dolce Gusto* coffee machines, where innovation and technology come together in the service of health, well-being and pleasure. This technology, patented worldwide by Zutec, consists of introducing liquid into the capsules.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable packaging

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using a new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Una cápsula pesa 48g con el producto incluido

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Ambiente

Fabricante *Manufacturer*

Zutec

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

06 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

Argelia, Andorra, Arabia Saudita, Austria, Baréin, Bélgica, Brasil, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos De América, Francia, Italia

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

3,20 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Zutec

Jefe de producto *Product Manager*

Juan Valls

Empresa *Company*

Zutec

Domingo Pérez · Comunicación

Calle Mallorca, 2 4

46190 Ribarroja del turia / España

+ 34 601 14 54 10

www.zutec.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
A - 450

A
B
C
D
E
F
G
H

INNOVAL 2022

ALIMENTACIÓN SECA, DESHIDRATADA, CONSERVAS Y SEMICONSERVAS
DRIED AND DEHYDRATED FOODS, CANNED FOODS

C

Nomen

Nomen presenta un arroz que se prepara en un solo minuto. Ofrece todo el sabor y valor nutricional gracias a un pionero e innovador sistema de packaging reutilizable. El lanzamiento se produce tras 4 años de trabajos de investigación. El objetivo era alcanzar un producto de conveniencia que diera un paso adelante en cuestiones de sabor y calidad. El reto se ha conseguido y se llama Calidad1Minuto.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Nomen introduces a rice that is ready to eat in a single minute. It offers all the flavor and nutritional value thanks to a pioneering and innovative reusable packaging system. The goal was to obtain a convenience product that would take a step forward in terms of taste and quality. Finally, Nomen has created a product that meets all these requirements, it is called Calidad1Minuto.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
17cm x 6cm, 250g.

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
15 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
10°-30°C

Fabricante *Manufacturer*
Nomen Foods

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
1,70 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nomen Foods

Jefe de producto *Product Manager*
Raul Carles

Empresa *Company*
Nomen Foods S.L.

Fortu Simon · *Director de Marketing*

Carretera Camarles-Deltebre, km 6,5
43580 Deltebre / Tarragona España
+ 34 977 487 800

www.nomen.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
B - 350

A
B
C
D
E
F
G
H

Calvo Vuelca Fácil

Calvo lanza su nuevo envase Vuelca Fácil, una nueva forma de producir y consumir atún en conserva, más práctica y sostenible. Permite una apertura más fácil y segura del producto, así como una manera más práctica de servirlo y consumirlo, ya que ahora tu atún sale solo. Además, cuenta con importantes mejoras en materia de sostenibilidad, aminorando su contribución al cambio climático en un 35%.

TENDENCIA

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Energía y bienestar

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Calvo launches its new Vuelca Fácil packaging, a new way of producing and consuming canned tuna, more practical and sustainable. It allows an easier and safer opening of the product, a more practical way of serving and consuming it, since now your tuna comes out on its own. It also has significant improvements in terms of sustainability, reducing its contribution to climate change by 35%.

TREND

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Energy and wellness

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging P-3x65g (195g)*

Vida útil estimada *Estimated shelf life 4 años*

Temperatura de conservación *Preservation temperature Ambiente. Lugar fresco y seco.*

Fabricante *Manufacturer Calvo Distribución Alimentaria S.L.U.*

Fabricado en *Made in España*

Fecha de lanzamiento *Launching date 03 / 2021*

País de comercialización *Commercializing Country España*

Canales de venta *Commercial Channel Retail*

Precio aprox. *Approximate price 2,90€*

Agencia de desarrollo *Product Development Agency Desarrollo interno*

Jefe de producto *Product Manager Ana Hernández Guaza*

Empresa *Company*

Calvo

Laura Ibargoyen Murillo · Assistant Product Manager Sr.

Calle Príncipe de Vergara, 110 4
28002 Madrid / Madrid España
+ 34 671 643 502

www.calvo.es



Sector
Expoconser

Pabellón Pavilion
P.5

Nº Stand
B - 150

Buenggies

Saludables, nutritivos, naturales, sabrosos, innovadores, sostenibles... pero sobre todo: ¡fáciles de preparar! Con los nuevos Buenggies 5 minutos bastan para comer como piensas: platos preparados altamente nutritivos, que harán las delicias de quienes han decidido pasarse a una alimentación más saludable, sostenible y respetuosa con el entorno, sin renunciar al sabor de sus recetas favoritas.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación

Salud: Energía y bienestar

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Healthy, innovative, sustainable, nutritious, natural, tasty... but above all: easy to prepare! With our new Buenggies 5 minutes are all you need to eat like you think: highly nutritious ready-made meals to love for anyone who has decided to switch to a healthier, sustainable and environmentally friendly diet, without giving up the taste of their favourite recipes.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation

Health and Confidence: Energy and wellness

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging Pack entre 150-200 g (para dos raciones)*

Vida útil estimada *Estimated shelf life 12 meses*

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Consevar en un lugar fresco, seco y protegido de la luz solar.

Fabricante *Manufacturer Alimentos Sanygran*

Fabricado en *Made in España*

Fecha de lanzamiento *Launching date 03 / 2022*

País de comercialización *Commercializing Country España*

Canales de venta *Commercial Channel Retail, Impulso*

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency Sanygran*

Jefe de producto *Product Manager*

-

Empresa *Company*

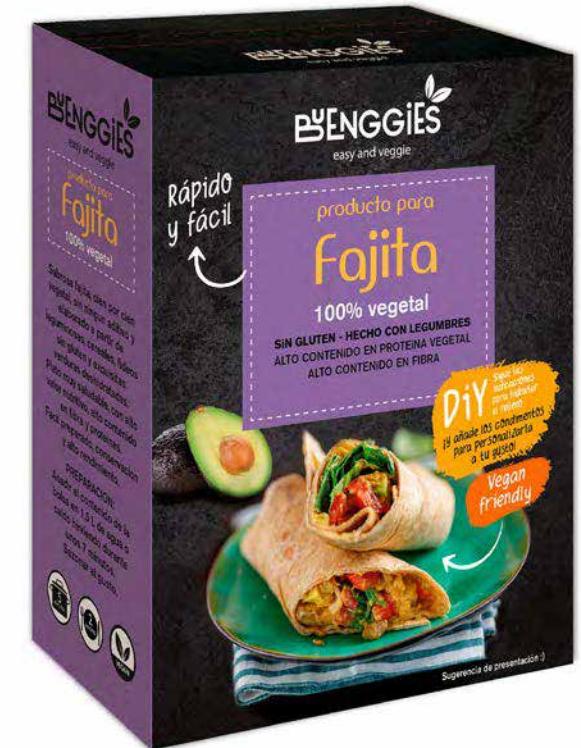
Alimentos Sanygran S.L.

María Cuairán Calvo · Comunicación y Desarrollo de Negocio

Via Vial B, 27 – Polígono Municipal, Vial B
31500 Tudela / Navarra España

+ 34 641 256 877

www.sanygran.com



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 331

A
B
C
D
E
F
G

Nescafé Farmers Origins

NESCAFÉ Farmers Origins son cápsulas de café tostado y molido premium aprobadas para máquinas Nespresso. El café proviene directamente de las mejores comunidades caficultoras. La gama consta de cinco deliciosas variedades de café sostenible con intensidades para todos los gustos: un ristretto (Áfricas), 2 espressos (India y Colombia Decaffeinato) y dos variedades de lungo (Brasil y 3 Américas).

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Energía y bienestar

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

NESCAFÉ Farmers Origins are NESCAFÉ premium Roast and Ground coffee capsules approved for Nespresso machines. They are directly sourced from the farming communities. There are five delicious sustainable coffee in the Nescafé Farmers Origins range. They include one Ristretto type (Africas), two espressos (India and Colombia Decaffeinato) and two choices of lungo (3 Americas and Brazil).

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Energy and wellness

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Tubos de 10 cápsulas

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*

Nestle

Fabricado en *Made in*

Suiza

Fecha de lanzamiento *Launching date*

02 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

3,50 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*

Noemi Mosteirin

Empresa *Company*

Nestlé España

Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2

08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España

+ 34 608 399 012

www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 450

Nescafé Dolce Gusto Caffè Latte Avena, Almendra y Coco

C

Gama de café con bebidas vegetales en cápsula de NESCAFÉ Dolce Gusto, con tres recetas: Avena, Almendra y Coco. Recetas 100% vegetales, veganas y sin lactosa para disfrutar de la comodidad de una sola cápsula y tu cafetera NESCAFÉ Dolce Gusto.

TENDENCIA

Placer: Cosmopolitismo y exotismo

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Ligereza y nutrición

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Plant-based coffee capsules range with three different recipes: Oat, Almond and Coconut. 100% plant based, vegan and dairy free recipes to enjoy from the comfort of your home and with your NESCAFÉ Dolce Gusto machine.

TREND

Pleasure: Cosmopolitanism and exoticism

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Pack de 12 cápsulas

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*

Nestlé

Fabricado en *Made in*

Reino Unido

Fecha de lanzamiento *Launching date*

03 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

4,89 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*

Berta Cruz

Empresa *Company*

Nestlé España

Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2 08950

Esplugues Llobregat / Barcelona España

+ 34 608 399 012

www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

Café Starbucks

Starbucks amplía su gama de cápsulas de café y continúa llevando la experiencia premium de sus Coffee Shops para poder ser disfrutada en casa. Las principales innovaciones de café Starbucks en retail son: Italian Style Roast by Nespresso, formato grande de 18 cápsulas by Nespresso (3 variedades) y Espresso Colombia by NESCAFÉ Dolce Gusto.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Energía y bienestar

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Starbucks expands its coffee capsules range and continues to bring their Coffee Shops premium experience to be enjoyed at home. The main Starbucks coffee innovations in retail are: Italian Style Roast by Nespresso, big format of 18 capsules by Nespresso (3 varieties) and Espresso Colombia by NESCAFÉ Dolce Gusto.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Energy and wellness

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Pack cápsulas- distintos formatos

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*

Nestlé

Fabricado en *Made in*

Suiza

Fecha de lanzamiento *Launching date*

03 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

De 3,99 a 6,79 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*

Noemi Mosteirin

Empresa *Company*

Nestle España

Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2

08950 Esplugues / Llobregat Barcelona España

+ 34 608 399 012

www.nestle.es



Sector
Grocery Foods
Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

Gama Viaja con Campos: Atún Claro Oriotarra, Chimichurri, Sweet Chilly o Arrabiata

Viaja con Campos es una nueva gama de productos a partir de atún claro con diferentes sabores que transportan al consumidor por todo el mundo. Sweet Chilli: con un punto asiático y la mezcla de lo dulce y lo picante. Oriotarra: viaja por nuestro cantábrico con la esquisitez de la receta Oriotarra. Arrabiata: salsa emblemática de la cocina romana Chimichurri: toque exótico y aromático de Argentina.

TENDENCIA

Placer: Cosmopolitismo y exotismo, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Consumo instantáneo

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Travel with Campos is a new range of products from tuna with different flavors that transport the consumer around the world. Sweet Chilli: with an Asian flavour and the mixture of sweet and spicy. Oriotarra: from the Cantabrian sea with the delicious Oriotarra recipe. Arrabiata: emblematic sauce of Roman cuisine Chimichurri: exotic and aromatic touch of Argentina.

TREND

Pleasure: Cosmopolitanism and exoticism, Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Instant consumption

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

100g x 2 frascos de cristal

Vida útil estimada Estimated shelf life

5 años

Temperatura de conservación Preservation temperature

Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante Manufacturer

Salica Industria Alimentaria, S.A. (Marca Campos)

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

02 / 2022

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Retail, Impulso

Precio aprox. Approximate price

6 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Departamento propio

Jefe de producto Product Manager

Aintzi Laburu

Empresa Company

Salica Industria Alimentaria S.A.

Aintzi Laburu · Directora de marketing

Polígono Landabaso, S/N

48370 Bermeo / Vizcaya España

+ 34 946 880 500

www.clubcampos.com



Sector
Expoconser

Pabellón Pavilion
P.5

Nº Stand
D - 400-8

C

A

B

C

D

E

F

G

H

Litoral Eco

Gama de productos elaborados con ingredientes 100% naturales, ecológicos y de origen local. Recetas elaboradas con legumbres ecológicas de 100% cultivo local y con variedades de gran calidad: garbanzos Variedad Pedrosillano y Lentejas Variedad Pardina. Apto para dietas vegetarianas y sin gluten.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Producto ecológico

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Range of products made with 100% natural ingredients, organic and locally sourced. Recipes made with organic legumes 100% locally grown and with high quality varieties: Pedrosillano Variety Chickpeas and Pardina Variety Lentils. Suitable for vegetarian and gluten-free diets.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Organic product

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
420-425g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
36 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Nestlé

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
06 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
2,65 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*
Miriam de Carlos

Empresa *Company*
Nestlé España
Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

A
B
C
D
E
F
G
H

Mezeast

Déjate transportar a Oriente Medio creando una experiencia culinaria única con el Kit Shawarma; dales a tus platos el auténtico sabor de Oriente Medio con el Sazonador Shawarma, o potencia su sabor con la Salsa Tahini y descubre la generosidad de la cocina de Oriente Medio. Mezeast es sinónimo de hacer accesible la cocina de Oriente Medio para disfrutar de una experiencia sensorial única en casa.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de preparación

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Let yourself be transported to Middle East creating a unique culinary experience with the Shawarma Kit; spice up your meals with the Shawarma Seasoning, or enhance their flavor with the Tahini Sauce and discover the generosity of Middle Eastern cuisine with Mezeast. Mezeast is synonymous of making Middle Eastern cuisine accessible, so that you can enjoy a unique sensory experience at home.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of preparation

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

De 50g a 320g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

De 6 a 11 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*

Nestlé

Fabricado en *Made in*

Bélgica

Fecha de lanzamiento *Launching date*

05 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

1,99-5 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*

Alejandra Bertran

Empresa *Company*

Nestlé España

Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2

08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España

+ 34 608 399 012

www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

Maggi Saucy Noodles

Deliciosos fideos asiáticos con una abundante y especial salsa, para conseguir una jugosa textura, diferencial respecto a las propuestas ya existentes (sopa de fideos, fideos secos) y sin aceite de palma. Tres variedades en formato CUP: Teriyaki, Chicken Sesame, Sweet Chili.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Rapidez en preparación

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Delicious asiatic noodles with an abundant and unique sauce, for a juicy texture, unlike the standard proposition (which are usually soupy or dry) and without palm oil.Three flavours in CUP format: Teriyaki, Chicken Sesame, Sweet Chili.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Speed in preparation

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
75g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
9 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Nestlé

Fabricado en *Made in*
Ucrania

Fecha de lanzamiento *Launching date*
01 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
1,59 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*
Alejandra Bertran

Empresa *Company*
Nestlé España
Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

A

B

C

D

E

F

G

H

Brasilia Medalla de Oro Ecológico

Un café ecológico premium elaborado con granos procedentes de Perú y Uganda, ambos de cultivo ecológico y certificados por Rainforest Alliance. El resultado de este espectacular blend en taza es un café aromático, dulce y de cuerpo sedoso. Otra novedad es el uso de un nuevo material de embalaje cuya ventaja es “estar preparado para poder reciclarse” manteniendo sus características organolépticas.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Salud: Producto ecológico

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

A premium organic coffee made of roasted whole beans from Perú and Uganda, both organically grown and certified by Rainforest Alliance. The result is an aromatic, sweet coffee with a silky body. Another update is the use of a new packaging material that it is “prepared to be recycled” without losing its main function of preserving the coffee and keeping its organoleptic characteristics.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Health and Confidence: Organic product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
1 kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Nestlé Professional

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
03 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*
Xènia Seguí

Empresa *Company*
Nestlé España
Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

A

B

C

D

E

F

G

H

ROASTELIER by Nescafé

ROASTELIER™ te descubre el arte del tueste, redefiniendo los estándares de la frescura del café, de una manera simple y en tu propio establecimiento. Ofrece un servicio único y diferencial, que elevará la experiencia de los clientes mediante un propio tueste personalizado.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

ROASTELIER™ unlocks and simplifies the art of roasting, redefining the standards of coffee freshness. It empowers you to elevate your coffee business by offering crafted coffee experiences with your own signature roast.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
750g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
9 meses/ 1 mes abierto

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Nestlé

Fabricado en *Made in*
Grecia

Fecha de lanzamiento *Launching date*
01 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*
Assumpta Bonnín

Empresa *Company*
Nestlé España
Marta Gómez · Innovation Project Manager

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 450

A

B

C

D

E

F

G

H

Gerber

En GERBER llevamos más de 90 años investigando y trabajando para conseguir una alimentación de calidad para bebés siguiendo prácticas sostenibles. GERBER Organic for baby es una gama completa de bolsitas de puré de frutas y hortalizas, tarritos de puré y Healthy snacking orgánicos. Con ingredientes 100% orgánicos, sin azúcares añadidos y sin conservantes ni colorantes ni aceite de palma.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación
Conveniencia: Facilidad de uso
Salud: Producto ecológico
Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

GERBER has been researching and working for more than 90 years to provide quality baby food following sustainable practices. GERBER Organic for baby is a complete range of organic fruit and vegetable puree sachets, puree jars and Healthy snacking. With 100% organic ingredients, no added sugars, no preservatives, no colourings and no palm oil.

TREND

Pleasure: Sophistication
Convenience: Ease of use
Health and Confidence: Organic product
Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging
Entre 90g y 190g

Vida útil estimada Estimated shelf life
De 9 a 24 meses

Temperatura de conservación Preservation temperature
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante Manufacturer
Nestlé

Fabricado en Made in
España

Fecha de lanzamiento Launching date
02 / 2022

País de comercialización Commercializing Country
España

Canales de venta Commercial Channel
Retail

Precio aprox. Approximate price
1 € a 2,10 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency
Nestlé

Jefe de producto Product Manager
Patricia Papoila / M.Àngels Ramoneda

Empresa Company
Nestlé España
Marta Gómez · Innovation Project Manager

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2
Nº Stand
D - 450

A
B
C
D
E
F
G
H

Chorizo Ecológico de Calabaza

Chorizo ecológico de calabaza (100% vegetal) elaborado de forma tradicional (ahumado, fermentado y curado). Es una fusión de la cocina tradicional gallega y las nuevas tecnologías alimentarias. No necesita refrigeración al tratarse se un chorizo de verdad. No incluye ningún tipo de aditivo alimentario. Apto para veganos y celíacos. Su ingrediente principal (90%) es la calabaza eco (no incluye soja).

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Ligereza y nutrición, Producto natural, Producto ecológico, Garantía / Sello de calidad (D.O ...)

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Organic pumpkin chorizo (100% vegetal) made in the traditional way (smoked, fermented and cured). It is a fusion of traditional Galician cooking and new food technologies. It does not need to be refrigerated as it is a real chorizo. It does not include any type of food preservatives. Suitable for vegans and celics. Its main ingredient (90%) is organic pumpkin (it does not include soy).

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Natural product, Organic product, Guarantee/Quality mark (DO ...)

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Pack de tres unidades de producto. Peso: 120 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

1 año consumo preferente

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*

Fiablone S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

09 / 2018

País de comercialización *Commercializing Country*

España, Francia, Reino Unido

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

6,75 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Medios propios

Jefe de producto *Product Manager*

Edurne Sendra

Empresa *Company*

Fiablone S.L.

Edurne Sendra de Saa · CEO

Calle Madanela, 1 Nave 6C
36350 Nigrán / Pontevedra España
+ 34 987 369 517

www.calabizo.com



Sector *Sector*
Alimentaria Trends - Free from

Pabellón *Pavilion*
P.6
Nº Stand
B - 238

Potaje de Garbanzos y Espinacas con Calabizo

Potaje de garbanzos y espinacas con calabizo (chorizo de calabaza) 100% vegetal. Elaborado con materias primas nacionales sin ningún tipo de aditivo alimentario. Receta tradicional de un potaje casero en versión vegetal, alto valor nutritivo y muy bajo en calorías. Muy fácil consumo: calentar unos minutos y listo para comer. "Fast-food" saludable.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

Conveniencia: Facilidad de uso, Rapidez en preparación

Salud: Ligereza y nutrición, Energía y bienestar, Producto natural

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Chickpea and spinach stew with Calabizo (pumpkin chorizo) 100% vegetable. Made with national raw materials without any type of food preservatives. Traditional recipe of a homemade stew in vegetable version, high nutritional value and very low in calories. Very easy to eat: just heat it up for a few minutes and it will be ready to eat. Healthy fast-food.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Ease of use, Speed in preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Energy and wellness, Natural product

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Tarro de cristal 720 mg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

3 años

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*

Fiablone S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

10 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

4,95 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Medios propios

Jefe de producto *Product Manager*

Edurne Sendra

Empresa *Company*

Fiablone S.L.

Edurne Sendra de Saa · CEO

Calle Madanela, 1 Nave 6C
36350 Nigrán / Pontevedra España
+ 34 986 369 517

www.calabizo.com



Sector
Alimentaria Trends - Free from

Pabellón Pavilion
P.6

Nº Stand
B - 238

The Coolives

Nueva gama de aceitunas aromatizadas, entre las que destacan el mojo picón, la trufa y el curry. Presentadas sin líquido y sin hueso en una lata mono porción 100% sostenible y reusable con innovador sistema de apertura, que permite disfrutarlas en cualquier momento y lugar. Su envase conveniente y fórmula con contenido de sal reducido, hacen de The Coolives el snack más sano y Cool.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de preparación, Consumo instantáneo
Salud: Ligereza y nutrición
Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

A new range of flavored olives, among which the garlic & paprika, black truffle and curry flavors stand out. Its innovative packaging, an air vacuum-sealed single-portion tin, is 100% recyclable and reusable, and allows for no brine and consumption anytime, anywhere. This convenient packaging, together with a low salt content recipe, make THE COOLIVES the healthiest and coolest snack.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of preparation, Instant consumption
Health and Confidence: Weight loss and nutrition
Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
8,5*8,5*5,2 cm - 0,1 kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
3 años

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Storage temperature: 15-30° C Min. Temperature: 7°C Max.
Temperature: 35°C

Fabricante *Manufacturer*

Aceitunas Torrent

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
10 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
Arabia Saudita, Croacia, Emiratos árabes Unidos, Estados Unidos De América, Italia, Ucrania

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
1,29 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Aceitunas Torrent

Jefe de producto *Product Manager*
María José Blanco

Empresa *Company*

Aceitunas Torrent S.L.

Inmaculada López · Directora Comercial y Marketing

Avenida Ronda de Tejares, 16
14001 Córdoba / Córdoba España
+ 34 674 096 938
www.aceitunastorrent.com



Sector
Lands of Spain
P.1

Sector
Pavilion
D-339

A
B
C
D
E
F
G
H

Tortilla de patata en lata

Inspirada en la receta Campeona de España de La Cocina de Senén. Una tortilla jugosa y saludable. Elaborada con las mejores materias primas como Aceite de Oliva Virgen Extra, huevos camperos y patatas, ambos km 0. Esta tortilla está diseñada para poder disfrutarla cuándo, cómo y dónde quieras. La Tortilla de Patata Viajera de La Cocina de Senén. Nutri-Score A. Fuente de fibra. Sin gluten.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación, Consumo instantáneo

Salud: Ligereza y nutrición, Energía y bienestar, Producto ecológico

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Inspired by the award winning Spanish recipe from La Cocina de Senén. A juicy and healthy omelette. Made with the best raw materials such as Extra Virgin Olive Oil, free range eggs and local potatoes, this omelette is designed to be enjoyed when, how and where you want. La Cocina de Senén's Travelling Potato Omelette. Nutri-Score A. Source of fibre. Gluten free.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation, Instant consumption

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Energy and wellness, Organic product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
0.250 KG.

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
365 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Lugar fresco y seco

Fabricante *Manufacturer*
La Cocina de Senén (Taller de pinchos y Tapas SLU)

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
3,50 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Propia

Jefe de producto *Product Manager*
Senén González Cordero

Empresa *Company*
La Cocina de Senén
Patricia de la Rosa · Directora Comercial

Calle GOIKOERAZA, 14
01015 Vitoria - Gasteiz / Vitoria España
+ 34 945 261 750
www.lacocinadesen



Sector
Lands of Spain

Pabellón Pavilion
P.1

Nº Stand
D - 600-1

C

A

B

C

D

E

F

G

H

Paté Rústic de Gall del Penedès IGP

Cocinado tradicionalmente a la catalana, su sabor transporta a los manjares festivos y su textura es melosa con cuerpo. Premio al “Gusto más original” en el Innofórum 2021, es el primer y único paté de este tipo en el mercado. Es la nueva manera de consumir Gallo del Penedès IGP, gracias a la alianza de territorio con los embutidos con causa de la Fundació Mas Albornà:Mallart Artesans Xarcuters.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Garantía / Sello de calidad (D.O ...)

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Cooked in the Catalan style, its flavor remembers festive roasts and its texture is honeyed but full-bodied. Award for the “Most Original Taste” at the Innoforum 2021. First pâté of these characteristics on the market. It is the new way of consuming the original Penedès Rooster PGI, thanks to the local alliance between PGI and Fundació Mas Albornà (Mallart Artesans Xarcuters).

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Guarantee/Quality mark (DO ...)

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Tarro de cristal con tapa metálica de 90g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

3 años en condiciones óptimas en tarro

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

10 °C (lugar fresco y seco)

Fabricante *Manufacturer*

Mallart Artesans Xarcuters (Fundació Mas Albornà)

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

12 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

6,75 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Mallart Artesans Xarcuters con el apoyo gastronómico de Fundació Àlicia

Jefe de producto *Product Manager*

Enric Hernández

Empresa *Company*

Fundació Mas Albornà

Cristina Barbacil Mestres · DIRCOM

Plaza VEREMA, 1

08720 Vilafranca del Penedès / Barcelona España

+ 34 93 892 10 50

www.masalborna.org



Sector
Lands of Spain

Pabellón Pavilion
P.1

Nº Stand
E200-E150

Conservas premium de Bonito del Norte Edición Limitada

En RUBÉN 1964 creamos una producción única, a base de Bonito del Norte, seleccionando los mejores ejemplares de las capturas del último lance del barco, en las lonjas de Burela y Celeiro. Elaboración artesanal, y siempre en fresco, reseñando la fecha de añada, pues mejoran con el tiempo. Ventresca y bonito del Norte en aceite de oliva, bonito del Norte en escabeche y bonito del Norte en AOVE.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales), Cosmopolitismo y exotismo
Conveniencia: Facilidad de uso, Consumo instantáneo
Salud: Producto natural, Producto ecológico
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación continuada (versión mejorada de un producto ya existente en el mercado)

Limited Edition Vintage jarred & canned seafood preserves. At RUBÉN 1964, we craft a unique production of White tuna (Bonito del Norte), only available in a limited schedule by its seasonality. We select the best specimens from Burela and Celeiro fish auctions. Handpacked and freshly produced. White tuna belly and white tuna in olive oil, white tuna in pickled sauce and white tuna in EVOO.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods), Cosmopolitanism and exoticism
Convenience: Ease of use, Instant consumption
Health and Confidence: Natural product, Organic product
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental innovation (improved version of a product existing on the market)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Lata 220 g y tarros de cristal de 200 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

4 años

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*

Pescados Rubén

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

04 / 2019

País de comercialización *Commercializing Country*

Austria, España, Suiza

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

40 € / kg

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Medios propios

Jefe de producto *Product Manager*

Teresa Romero

Empresa *Company*

Pescados Rubén S.L.

Teresa Romero · *Product manager& export*

Polígono Fazouro, Fondo Nois 1

27893 Foz / Lugo España

+ 34 982 136 733

www.ruben1964.es



Sector
Premium

Pabellón
Pavilion P.5

Nº Stand
D - 550 - 22

El Huevo Vegetal Eco

Producto vegetal. Harina de garbanzo condicionada para ser un sustituto del huevo. Dos cucharadas soperas de este producto son el equivalente a un huevo medio. Añadir agua hasta conseguir la textura de un huevo batido. Ya estará listo para hacer pasteles, crepes, tortillas de patatas o verduras, etc. Certificado oficialmente como producto ecológico, sin gluten y vegano. No contiene alérgenos.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales), Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Producto natural, Producto ecológico, Garantía / Sello de calidad (D.O ...)

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Vegetable product. Chickpea flour conditioned to be an egg substitute. Two tablespoons of this product are the equivalent of a medium egg. Add water until you get the texture of a beaten egg. and you're ready to make cakes, crepes, potato omelettes or vegetables, etc. Officially certified as an organic, gluten-free and vegan product. Does not contain allergens.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods), Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Natural product, Organic product, Guarantee/ Quality mark (DO ...)

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
325g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
540 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*
Hort del Silenci

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
09 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
3,65 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Hort del Silenci

Jefe de producto *Product Manager*
Ramon Pons i Segura

Empresa *Company*
Hort del Silenci
Alícia Monterroso · Departamento de Comunicación

Avenida Eduard Maluquer, 9
25730 Artesa De Segre / Lleida España
+ 34 973 400 098
www.hortdelsilenci.cat



Sector
Organic Foods

Pabellón
Pavilion P.7

Nº Stand
C - 340

Easy Mix Pan de Molde

Mix especial de harina para la elaboración casera de pan de molde. Harina producida a partir de cereales de cultivo propio y de proximidad. Certificado oficialmente como ecológico, sin gluten y vegano. No contiene alérgenos. Forma parte de la gama EASY MIX que cuenta con cinco referencias; 3 de ellas elaboradas a partir de cereales antiguos (recuperando semillas tradicionales) y 2 más sin gluten.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales), Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Ligereza y nutrición, Producto natural, Producto ecológico, Garantía / Sello de calidad (D.O ...)

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Special flour mix for home-made sliced bread. Flour produced from locally grown cereals. Officially certified as organic, gluten-free and vegan. DOES NOT CONTAIN ALLERGENS. It is part of the EASY MIX range that has five references; 3 of them made from ancient cereals (recovering seeds traditional) and 2 more gluten-free.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods), Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Natural product, Organic product, Guarantee/Quality mark (DO ...)

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
500g - 5kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
360 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*
Hort del Silenci

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*
4 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Hort del Silenci

Jefe de producto *Product Manager*
Ramon Pons i Segura

Empresa *Company*
Hort del Silenci
Alícia Monterroso · Departamento de Comunicación

Avenida Eduard Maluquer, 9
25730 Artesa De Segre / Lleida España
+ 34 973 400 098
www.hortdelsilenci.cat



Sector
Organic Foods

Pabellón
Pavilion P.7

Nº Stand
C - 340

Rigatone Lenteja Pardina 100% Eco

Pasta alimentaria a partir de lenteja pardina, de cultivo propio. Forma parte del proyecto de recuperación de variedades de leguminosas autóctonas tradicionales, molidas en molino de piedra y elaboradas artesanalmente. Certificado oficialmente como producto ecológico. Transformamos el producto y buscamos soluciones y propuestas alimentarias. Envase sostenible.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales), Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Ligereza y nutrición, Producto natural, Producto ecológico, Garantía / Sello de calidad (D.O ...)

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Food pasta from pardina lentils, from own cultivation. It is part of the project to recover traditional native legume varieties, ground in a stone mill and produced by hand. Officially certified as an organic product. We transform the product and look for food solutions and proposals. Sustainable packaging.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods), Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Natural product, Organic product, Guarantee/Quality mark (DO ...)

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
500g - 5kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
720 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*
Hort del Silenci

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
07 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*
3,70 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Hort del Silenci

Jefe de producto *Product Manager*
Ramon Pons i Segura

Empresa *Company*
Hort del Silenci
Alícia Monterroso · Departamento de Comunicación

Avenida Eduard Maluquer, 9
25730 Artesa De Segre / Lleida España
+ 34 973 400 098
www.hortdelsilenci.cat



Sector
Organic Foods

Pabellón
Pavilion P.7

Nº Stand
C - 340

Tallarines Florence Aurora Eco

Pasta alimentaria a partir de cereales antiguos (Florence Aurora), de cultivo propio. Forma parte del proyecto de recuperación de variedades de cereales antiguos que ya se conreaban en nuestra zona desde tiempos inmemoriales, molidos en molino de piedra y elaborados artesanalmente. Certificados oficialmente como producto ecológico. Envase sostenible.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales), Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Ligereza y nutrición, Producto natural, Producto ecológico

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Food pasta from ancient cereals (Florence Aurora), of own cultivation. It is part of the project to recover ancient cereal varieties that have been grown in our area since time immemorial, ground in a stone mill and made by hand. Officially certified as an organic product. Sustainable packaging.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods), Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Natural product, Organic product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

500g - 5kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

720 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*

Hort del Silenci

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

09 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

Alemania, Andorra, España, Francia

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

3,70 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Hort del Silenci

Jefe de producto *Product Manager*

Ramon Pons i Segura

Empresa *Company*

Hort del Silenci

Alícia Monterroso · Departamento de Comunicación

Avenida Eduard Maluquer, 9

25730 Artesa De Segre / Lleida España

+ 34 973 400 098

www.hortdelsilenci.cat



Sector
Organic Foods

Pabellón Pavilion
P.7

Nº Stand
C - 340

Caldo para Paella Fácil Mixta

Caldo especial para cocinar paella mixta de forma fácil y sabrosa.

TENDENCIA

Conveniencia: Facilidad de preparación

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Special broth to cook paella mixta in a convenient and tasty way.

TREND

Convenience: Ease of preparation

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Brick 1 litro

Vida útil estimada Estimated shelf life

12 meses

Temperatura de conservación Preservation temperature

Temperatura ambiente en lugar fresco y seco

Fabricante Manufacturer

Gallina Blanca

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

05 / 2021

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Retail

Precio aprox. Approximate price

2,99 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency

GB Foods

Jefe de producto Product Manager

Marçal Cirac

Empresa Company

Gallina Blanca

Ana de la Torre · Assistant GM BU Spain

Plaza Europa, 42

08902 L'Hospitalet de Llobregat / Barcelona España

+ 34 933 642 000

www.gallinablanca.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
C - 500

A
B

C

D

E

F

G

H

Pisto Casero de Verduras

Pisto casero de verduras gallina blanca, solo con ingredientes 100% naturales y con aceite de oliva virgen extra. El pisto con más verduras del mercado.

TENDENCIA

Conveniencia: Consumo instantáneo

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación continuada (versión mejorada de un producto ya existente en el mercado)

Gallina blanca homemade ratatouille, only with 100% natural ingredients and with extra virgin olive oil. The pisto with the largest amount of vegetables on the market.

TREND

Convenience: Instant consumption

TYPE OF INNOVATION

Incremental innovation (improved version of a product existing on the market)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Tarro cristal 350 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

24 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Temperatura ambiente en lugar fresco y seco

Fabricante *Manufacturer*

Gallina Blanca

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

07 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

1,75 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

GB Foods

Jefe de producto *Product Manager*

Pol Domènech

Empresa *Company*

Gallina Blanca

Ana de la Torre · Assistant GM BU Spain

Plaza Europa, 42 08902

L'Hospitalet de Llobregat / Barcelona España

+ 34 934 642 000

www.gallinablanca.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
C - 500

A

B

C

D

E

F

G

H

Trevijano nueva bandeja - 85% menos de plástico

Con un 85% menos de plástico, cartón FSC y un film termosellado que garantiza la seguridad alimentaria, este nuevo envase supone un paso más en nuestro compromiso con el medio ambiente, promoviendo además el reciclaje gracias a la fácil separación de sus materiales. ¡Pero esta no es la meta! Seguimos trabajando por un futuro en el que todos nuestros procesos sean 100% sostenibles.

TENDENCIA

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

With 85% less plastic, FSC carton and a heat-sealing film that guarantees the maximum food safety, this new packaging constitutes another step forward in our commitment to the environment, supporting as well the recycling thanks to the easy way to separate the materials. However, this is not our last goal as we keep working hard for a future in which all our processes could be 100% sustainable.

TREND

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Bandeja peso variable

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

18 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Ambiente

Fabricante *Manufacturer*

Productos Trevijano S.L.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
03 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Productos Trevijano

Jefe de producto *Product Manager*

-

Empresa *Company*
Productos Trevijano S.L.

Valvanera Pascual · Comercial

Polígono La Nevera, Pabellón 12
31587 Mendavia / Navarra España
+ 34 948 695 139

www.trevijano.com



Caldos Regionales Aneto 100% Natural

Aneto Natural presenta su gamma de caldos regionales típicos de la gastronomía madrileña como el Caldo de Cocido Madrileño, la andaluza con el Caldo de Berza y la catalana, el Caldo de Escudella. Todos ellos cocinados sólo con ingredientes frescos, naturales y originales de cada plato regional: Cómo el Garbanzo Madrileño, la Berza Jerezana, o la Butifarra blanca. Recetas con un gran sabor, cocinadas cómo se ha hecho siempre.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Ligereza y nutrición, Efectos terapéuticos y alegaciones para la salud, Energía y bienestar, Producto natural

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Aneto Natural presents its range of regional broths typical of Madrid gastronomy such as Caldo de Cocido Madrileño, Andalusian with Cabbage Broth and Catalan, Escudella Broth. All of them cooked only with fresh, natural and original ingredients of each regional dish: How the Madrid Chickpea, the Jerez Cabbage, or the White Butifarra. Recipes with a great flavor, cooked as it has always been done.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Therapeutic effects and health claims, Energy and wellness, Natural product

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
9,52cm X 6,5cm X 18,8cm 1KG

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
1 año

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
10° C - 30°C

Fabricante *Manufacturer*
Aneto Natural S.L.U.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
01 / 2019

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

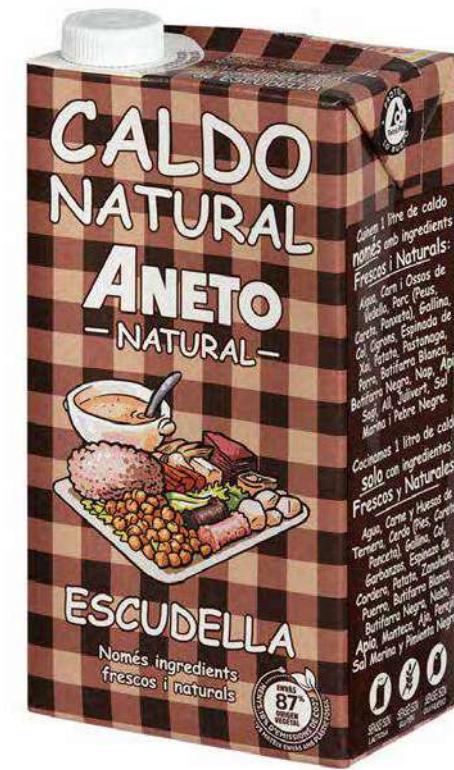
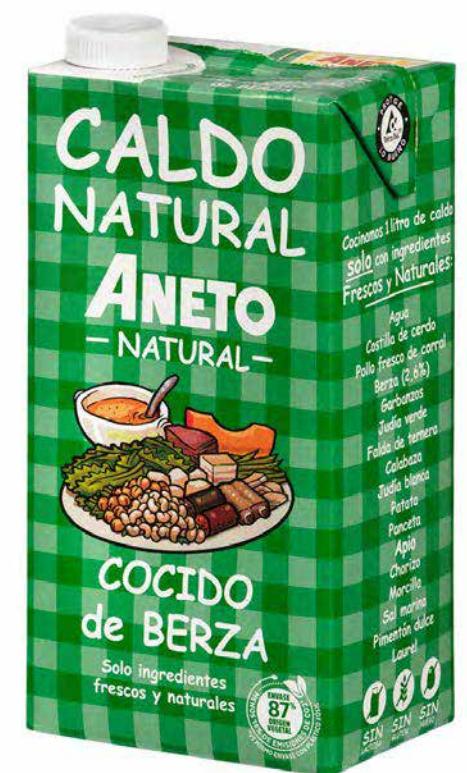
Precio aprox. *Approximate price*
3,75 € - 4,55€

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Aneto Natural

Jefe de producto *Product Manager*
Núria Reixach

Empresa *Company*
Aneto Natural S.L.U
Núria Reixach · Directora de Marketing

Calle Sant Jordi, 19-23 0
08271 Artés / Barcelona España
+ 34 938 305 026
www.caldoaneto.com



Sector *Sector*
Alimentaria Trends - Fine Foods

Pabellón *Pavilion*
P.2

Nº Stand
D - 550

Recetas Gourmet Carretilla

Fabada Asturiana y Fubes con Almejas. Nueva Gama "Platos Gourmet" basada en recetas tradicionales de máxima calidad al alcance de todos. Con ingredientes seleccionados, 100% naturales. SIN: Conservadores, Aditivos añadidos, ni Gluten. Recetas que requieren mucho tiempo de cocinado, ya listas en 1 minuto para su deleite, en envase mono-ración microondable y no necesitan frío para su conservación.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Consumo instantáneo

Salud: Producto natural

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

"Fabada Asturiana" and "Fubes con Almejas". New "Gourmet Plates" Range based on traditional recipes of the highest quality available to everyone. With selected ingredients, 100% natural. WITHOUT: Preservatives, Added Additives, or Gluten. Recipes that require a long time to cook, ready in 1 minute for disposal, in a microwave-safe single-portion container They don't need refrigeration for conservation.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Instant consumption

Health and Confidence: Natural product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Super bol microondable - 350 g.

Vida útil estimada Estimated shelf life

1 año

Temperatura de conservación Preservation temperature

Temperatura ambiente

Fabricante Manufacturer

Grupo Alimentario IAN

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

01 / 2022

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. Approximate price

3,25 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Grupo Alimentario IAN / Carretilla

Jefe de producto Product Manager

Susana Fernandez

Empresa Company

Grupo Alimentario I.A.N

Natalia Fraguas · Product Manager

Polígono Peñalfons, s/n

31330 Villafranca / Navarra España

+ 34 948 843 360

www.carretilla.info



A
B
C
D
E
F
G
H

INNOVAL 2022

CÁRNICOS, DERIVADOS Y PLANT BASED
MEAT, MEAT PRODUCTS AND PLANT BASED

D

CRU Chips

Es un sorprendente snack cárnico a modo de chips con sabor a fuet, cecina y vacuno, con una innovadora y crujiente textura.

TENDENCIA

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Ligereza y nutrición

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

It is an amazing meat snack as a chip with a flavor of fuet, cecina and beef, with an innovative and crunchy texture.

TREND

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Weight loss and nutrition

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
20 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
180

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
10° - 30°C

Fabricante *Manufacturer*
Cecinas Pablo S.A.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
01 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
1,80 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Propia

Jefe de producto *Product Manager*
Pablo Barros

Empresa *Company*
Cecinas Pablo S.A.
Pablo Barros Cordero · Director Comercial

Calle La Cecina, 51
24700 Astorga / León España
+ 34 987 602 861
www.cecinaspablo.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
E - 900

A
B
C
D
E
F
G
H

Plant Based

Hechas a base de proteínas vegetales, con todo el sabor y textura cárnea.
Una nueva manera de comer carne, libre de carne.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de preparación
Salud: Ligereza y nutrición
Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Made from vegetable proteins, with all the meat flavor and texture. A new way to eat meat, meat free.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of preparation
Health and Confidence: Weight loss and nutrition
Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNODATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
Envasado en atmósfera protectora. Peso aproximado de 100 g a 226 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
18 días (Nuggets) y 45 días (charcutería vegana)

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
0º - 4º C

Fabricante *Manufacturer*
Noel Alimentaria

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
07 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

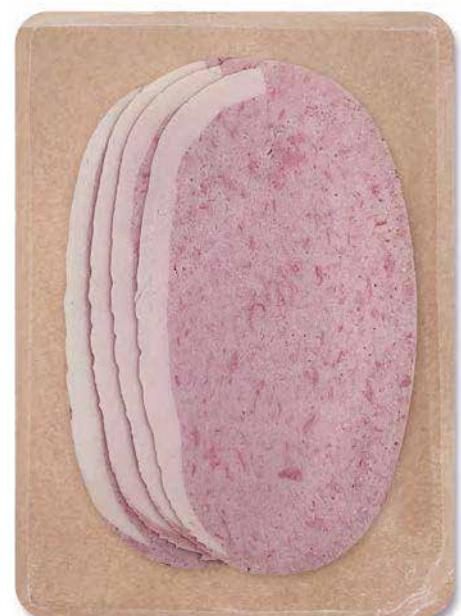
Precio aprox. *Approximate price*
2,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Departamento Producto / R+D Noel

Jefe de producto *Product Manager*

Empresa *Company*
Noel Alimentaria S.A.U.
Aida Massegur · Marketing

Via Pla de Begudà, 1
17857 Sant Joan Les Fonts / Girona España
+ 34 680 123 962
www.noel.es



Sector
Intercarn

Pabellón
Pavilion P.3

Nº Stand
Calle D - 800

A
B
C
D
E
F
G
H

50/50

D

Una gama flexitaria de hamburguesas y picados. Cada receta se elabora con un 50 % de carne y un 50 % de verduras, como espinacas, jengibre, calabaza y setas. Son vegetarianas y con carne a la vez.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Ligereza y nutrición

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

A flexitarian range of burgers, sausages and mince. Every recipe is made using 50% meat and 50% veggie like spinach, ginger, pumpkin and boletus. They're veggie and meaty all at once.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Envasado en atmósfera protectora

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

7 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0º - 4º C

Fabricante *Manufacturer*

Noel Alimentaria

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

07 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

3,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Departamento Producto / R+D Noel

Jefe de producto *Product Manager*

Empresa *Company*

Noel Alimentaria S.A.U.

Aida Massegur · Marketing

Via Pla de Begudà, 1

17857 Sant Joan Les Font / Girona España

+ 34 679 123 962

www.noel.es



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
Calle D - 800

A

B

C

D

E

F

G

H

Tapas Vegetarianas AlterVego

En AlterVego hemos desarrollado el concepto de "tapas vegetarianas" con la gama AlterTapas, una deliciosa propuesta culinaria elaborada con productos de alta calidad enrollados en nuestro bacon vegetariano, AlterVcon®.

Con gran textura y sabor, se cocinan de manera rápida y fácil.

Son ideales para aperitivos de sobremesa. ¡Listas para cocinar y disfrutar!

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Rapidez en preparación

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

In AlterVego we have developed the "vegetarian tapas" concept with our new range AlterTapas, a delicious culinary proposal created from high quality products rolled in our vegetarian bacon, AlterVcon®. With great texture and flavour, they are quickly and easily cooked, which makes them ideal for appetizers. Ready to cook and enjoy!

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Speed in preparation

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

11cm x 14cm x 2cm / 90g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

60 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0°C - 5°C

Fabricante *Manufacturer*

Joaquim Albertí S.A.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

03 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,90 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

EVA Estudi

Jefe de producto *Product Manager*

Joan Cortadellas

Empresa *Company*

La Selva Alimentación S.L.

Joan Cortadellas · *Brand Manager*

Avenida Valdelaparra, 27 Fase 3 Nave 7

28108 Alcobendas / Madrid España

+ 34 628 696 259

www.altervego.es

Sector **Intercarn**

Pabellón **Pavilion P.3**

Nº Stand
D - 570



A

B

C

D

E

F

G

H

Chef Ideas

Atendiendo a las nuevas tendencias de consumo que exigen formas de alimentación cada vez más saludables y dinámicas, Cárnica Avícolas Calatayud ha puesto en el mercado la gama de asados de pollo Chef Ideas, compuesta por 4 referencias, Pollo entero sado en su jugo, Pechuga de pollo asada 280 gr, Muslo de pollo asado 330 gr y Solomillos de pechuga asados 160 gr.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)
Conveniencia: Rapidez en preparación
Salud: Energía y bienestar
Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Attending to the new consumption trends that demand increasingly healthier and dynamic forms of food, Carnicas Avicolas Calatayud has put on the market the Chef Ideas range of roasted chicken. This range is made up of 4 references: whole roasted chicken in its juice, roasted chicken 280 g, roasted chicken thigh 330 g and roasted breast tenderloins 160 g.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)
Convenience: Speed in preparation
Health and Confidence: Energy and wellness
Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging
15 cm X 23 cm. Peso 330 g

Vida útil estimada Estimated shelf life
90 días

Temperatura de conservación Preservation temperature
0º C

Fabricante Manufacturer
Matadero Jose Calatayud e Hijos S.A.

Fabricado en Made in
España

Fecha de lanzamiento Launching date
1/9/2018

País de comercialización Commercializing Country
Andorra, España, Francia, Hong Kong

Canales de venta Commercial Channel
Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. Approximate price
3 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency
BWATER AGENCY

Jefe de producto Product Manager
Cesar Cantabrina

Empresa Company
Matadero Calatayud e Hijos S.A.

Angel Losantos · Jefe de Ventas

Polígono Neinver, s/n
26500 Calahorra / La Rioja España
+ 34 941 131 493

www.calatayud-sa.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
B - 650-4

Nueva imagen de Pétalos y Delizias

Gamma Delizias. Cocidos y curados de alta calidad, en sabor, color y textura; ideales para ser degustados solos, o como protagonistas de comidas especiales. Desde el mini jamón a frescas y finas lonchas colocadas a mano, como el embutido recién cortado que destacan por ser naturales y por su alto porcentaje en carne ideales para los paladares más exigentes.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Ligereza y nutrición

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación continuada (versión mejorada de un producto ya existente en el mercado)

From mini cooked ham to fresh ham and thin slices placed by hand, as well as freshly cut slices that stand out for their natural qualities and quality. Cured and cooked to a high standard, both in taste, color, and texture; ideal for use as dishes on their own or as protagonists in other dishes.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Weight loss and nutrition

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental innovation (improved version of a product existing on the market)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Envasado en atmósfera protectora. 90 g y 200 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

45 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0º - 4º C

Fabricante *Manufacturer*

Noel Alimentaria

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Departamento Producto / R+D Noel

Jefe de producto *Product Manager*

-

Empresa *Company*

Noel Alimentaria S.A.U.

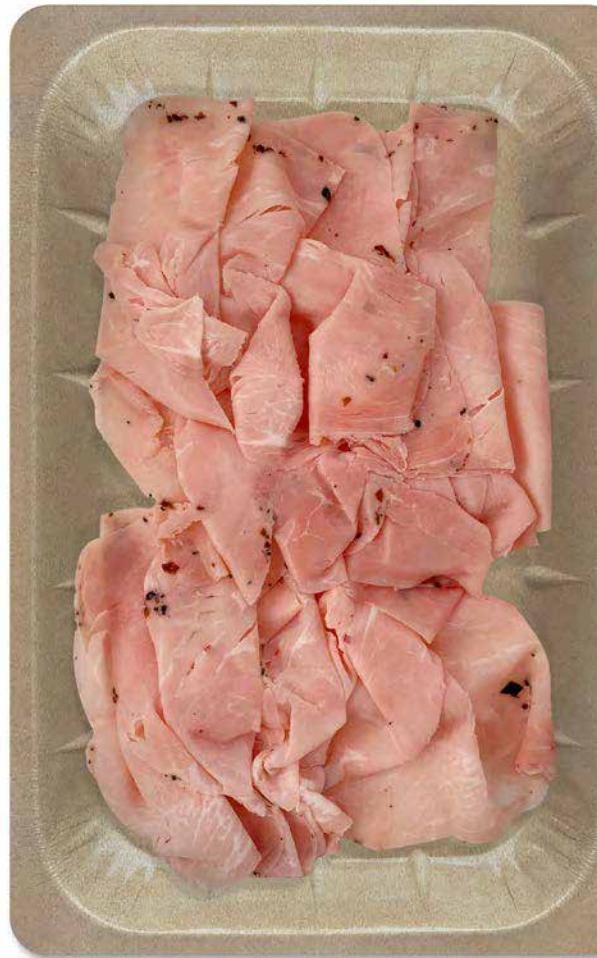
Aida Massegur · Marketing

Via Pla de Begudà, 1

17857 Sant Joan Les Fonts / Girona España

+ 34 681 123 962

www.noel.es



Sector
Intercarn

Pabellón
Pavilion P.3

Nº Stand
Calle D - 800

A

B

C

D

E

F

G

H

Fleximeat

Producto innovador basado en el equilibrio entre proteína vegetal y proteína animal. -50% de grasas totales y grasas saturadas, alto valor nutritivo y aporta una fuente de fibra. Producto ultracongelado de larga vida útil.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de preparación, Rapidez en preparación
Salud: Energía y bienestar
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Innovative product based on a balance between vegetable and animal protein. It has a low total fat and saturated fat content, high nutritional value and is a source of fibre. Deep-frozen product with a long shelf life.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of preparation, Speed in preparation
Health and Confidence: Energy and wellness
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Diferentes formatos. Bandejas y bolsas (de 180 g a 2 kg)

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

-18º C

Fabricante *Manufacturer*

Clavo Food Factory

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

01 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Sanygran

Jefe de producto *Product Manager*

-

Empresa *Company*

Alimentos Sanygran S.L.

María Cuairán Calvo · Comunicación y Desarrollo de Negocio

Via Vial B, 27 – Polígono Municipal, Vial B
31500 Tudela / Navarra España

+ 34 642 256 877

www.sanygran.com



Sector
Grocery Foods
Sector
P.2

Pabellón Pavilion
P.2
Nº Stand
D - 331

A
B
C
D
E
F
G
H

Chorizo Pollo Alpico

Grupo UVESA continúa innovando en el marco de la alimentación saludable y su desarrollo más reciente es el chorizo de pollo, presentado en formato blíster o pieza entera bajo la marca Alpico. Elaborado únicamente con carne de pollo, consigue un sabor extraordinario con un 20% menos de grasa que un mismo producto convencional, y además, sin lactosa ni gluten. Más información en www.alpico.es

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Tradicional (elaborada con métodos tradicionales), Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Consumo instantáneo

Salud: Efectos terapéuticos y alegaciones para la salud, Energía y bienestar

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

UVESA Group continues to innovate within the framework of healthy eating and its latest development is the chicken chorizo, presented in blister format or whole piece under the brand Alpico. Made only with chicken meat, it achieves an extraordinary taste with 20% less fat than the same conventional product, and also lactose and gluten free. More information at www.alpico.es

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Traditional (manufactured using traditional methods), Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Instant consumption

Health and Confidence: Therapeutic effects and health claims, Energy and wellness

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Loncheado 75 g, Loncheado bipack 130 g y Pieza entera 400 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

3 meses para Lonchados y 9 meses las piezas enteras (al vacío)

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Lonchados conservar a 0-7°C y productos al vacío conservar a temperatura menor de 12°C

Fabricante *Manufacturer*

Grupo Uvesa

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

10 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

En función de la materia prima y formato

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Desarrollo innovador interno

Jefe de producto *Product Manager*

Ana Belén Ruiz Moreno

Empresa *Company*

UVE S.A.

Ana Belen Ruiz Moreno · Responsable de marketing

Polígono MONTES DEL CIERZO, A68-KM 86

31500 Tudela / Navarra España

+ 34 948 848 181

www.uvesa.es



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
G - 500

A B C D E F G H

Flexiterráneo - Meat & Veggie 50/50

La nueva marca Elpozo Flexiterráneo, lanza al mercado la primera familia de productos “muy meat y muy veggie”, y todo a partes iguales, 50% Burger Meat y 50% Verduras, para que nuestros consumidores puedan disfrutar de todas las propiedades nutricionales de la carne y las verduras.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Ligereza y nutrición

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Elpozo Flexiterraneo's new brand launches the first family of "very meat and very veggie" products to the market, and all in equal parts, 50% Burger Meat and 50% Vegetables, so that our consumers get the chance to enjoy the nutritional properties of the meat and vegetables.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Bandeja con atmósfera (100% recicable) 300g (picada pollo-pavo y verduras de la huerta). Bandeja Bipack con Atmosfera (100%recicable) 2x120g (burger meat cerdo- vacuno y zanahorias con verduras + burger meat vacuno y verduras de la huerta)

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

15 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0°C-4°C

Fabricante *Manufacturer*

ElPozo Alimentación S. A.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

03 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,45 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Desarrollo interno

Jefe de producto *Product Manager*

Juan Carlos Cruz Raez

Empresa *Company*

ElPozo Alimentación

Laura Balibrea · Responsable Ferias

Avenida Antonio Fuertes, 1

30840 Alhama de Murcia / Murcia España

+ 34 968 636 800

www.elpozo.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
D - 750

FoieGood Spreadable

FoieGood Untable de Pato, y sus deliciosas variedades de Boletus edulis y Trufa, son un paté de hígado de pato de textura suave y cremosa, con un sabor intenso. Estos dos últimos caracterizados por el contraste de sabor que les aporta ese toque tan especial, y sutil, de trufa y boletus. En FoieGood, nuestros patos se crían al aire libre, sin prisa, sin jaulas y sin cebo forzado.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Facilidad de uso

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

FoieGood Duck Spreadable, its delicious varieties of Boletus edulis and Truffle, are a duck liver pâté with a smooth, creamy texture and an intense flavour. FoieGood ducks are allowed to grow slowly, outdoors, with space to roam freely and access to open water, and we never uses cages or force-feeding methods.

TREND

Pleasure: Sophistication

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Tarro de cristal 120 g

Vida útil estimada Estimated shelf life

4 años desde la fecha de su elaboración

Temperatura de conservación Preservation temperature

Conservar en un sitio fresco y seco.

Fabricante Manufacturer

Canard S.A.

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

04 / 2022

País de comercialización Commercializing Country

Alemania, Arabia Saudita, Austria, Bahamas, Baréin, Colombia, España, Finlandia, Francia, Georgia, Grecia, Hong Kong, Irlanda, Islandia, Italia, Japón, Kuwait, Letonia, Luxemburgo, México, Noruega, Países Bajos, Panamá, Perú, Qatar, República Dominicana, Suecia

Canales de venta Commercial Channel

Horeca, Retail

Precio aprox. Approximate price

Untable de Pato Duck Spreadable: 13,50€

Untable de Pato con Trufa Duck Spreadable with Truffle: 14,50€

Untable de Pato con Boletus Duck Spreadable with Boletus: 14,50€

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Canard S.A.

Jefe de producto Product Manager

Vanesa Revilla y Corin Nikoleiski

Empresa Company

Canard S.A.

Antonio Castilla · Director Comercial

Polígono La Solanilla, s/n

42146 Abejar / Soria España

+ 34 975 373 329

www.foiegood.com



Sector
Intercarn
P.3

Pabellón Pavilion
P.3
Nº Stand
A - 811

Tiras vegetales y bocados Revolugreen!

Productos Plant Based (veganos): Tiras vegetales estilo mediterráneo, Revolugreen! 160 g. y bocados vegetales estilo mediterráneosocados vegetales estilo mediterráneo, Revolugreen! 160 gr. Platos preparados refrigerados. 100% vegetal; nutri-score A; sin (huevo, gluten, lactosa, azúcares, colorantes, conservantes, sin ingredientes genéticamente modificados). Alto contenido de fibra y proteína. 0% animal, 100% sabor.

TENDENCIA

Conveniencia: Rapidez en preparación
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Plant Based Products (vegan): Mediterranean style vegetable strips, Revolugreen! 160 gr and mediterranean style vegetable bites, Revolugreen! 160 gr. Ready meal. 100% vegetable; nutri-score A; free from (egg, gluten, sugar, dairy, colourings, preservatives, without genetically modified ingredients). High protein and fiber content. 0% animal, 100% taste.

TREND

Convenience: Speed in preparation
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging
160 g

Vida útil estimada Estimated shelf life
60 días

Temperatura de conservación Preservation temperature
Mantener entre 0°C Y 4°C

Fabricante Manufacturer
Revolugreen!

Fabricado en Made in
España

Fecha de lanzamiento Launching date
09 / 2021

País de comercialización Commercializing Country
España, Estados Unidos De América, Francia, Portugal

Canales de venta Commercial Channel
Horeca, Retail

Precio aprox. Approximate price
3,20 €

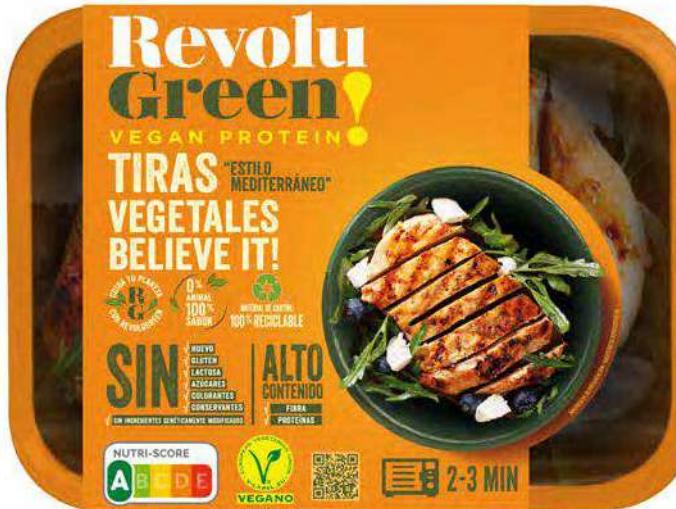
Agencia de desarrollo Product Development Agency
Desarrollo de producto: Revolugreen!; Desarrollo de diseño de packaging: La Cia.

Jefe de producto Product Manager
Helena Arenas

Empresa Company
Revolugreen!
Helena Arenas · Responsable de Marketing

Carretera Logroño, S/N Bajo
26120 Albelda de Iregua / La Rioja España
+ 34 941 443 032

www.revolugreen.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
C - 701

A

B

C

D

E

F

G

H

Salchicha vegetal Revolugreen!

Salchichas plant based (veganas): sin (huevo, gluten, lactosa, colorantes, conservantes, sin ingredientes genéticamente modificados). Fuente de fibra y proteína. Bajo contenido en azúcares. Sello V-label.

TENDENCIA

Conveniencia: Rapidez en preparación
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Plant based sausages (vegan): free (egg, gluten, lactose, dyes, preservatives, genetically modified ingredients). Source of fiber and protein. Low sugar content. V-label.

TREND

Convenience: Speed in preparation
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Salchichas; 170 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

60 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Mantener entre 0°C Y 4°C

Fabricante *Manufacturer*

Revolugreen!

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España, Estados Unidos De América, Francia, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

Salchichas: 1,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Desarrollo de producto: Revolugreen!; Desarrollo de diseño de packaging: La Cia.

Jefe de producto *Product Manager*

Helena Arenas

Empresa *Company*

Revolugreen!

Helena Arenas · Responsable de Marketing

Carretera Logroño, S/N Bajo

26120 Albelda de Iregua / La Rioja España

+ 34 941 443 032

www.revolugreen.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
C - 700

Pizza vegana Revolugreen!

Pizza plant based (vegana) "Estilo pollo" y "Jamón y queso" Revolugreen!, 455 g. Nutriscore A, sin colorantes artificiales, sin ingredientes genéticamente modificados, fuente de: Vitamina B12, proteína y fibra. Bajo contenido en azúcares. Avalados por V-Label.

TENDENCIA

Conveniencia: Rapidez en preparación

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Plant based pizza (vegan) "Chicken style" and "Ham and cheese" Revolugreen!, 455 gr Nutriscore A, no artificial dyes, no genetically modified ingredients, source of: Vitamin B12, protein and fiber. Low sugar content. Endorsed by V-Label.

TREND

Convenience: Speed in preparation

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

455 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

30 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Mantener entre 0°C Y 4°C

Fabricante *Manufacturer*

Revolugreen!

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

09 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España, Estados Unidos De América, Francia, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,90 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Desarrollo de producto: Revolugreen!;

Desarrollo de diseño de packaging: La Cia.

Jefe de producto *Product Manager*

Helena Arenas

Empresa *Company*

Revolugreen!

Helena Arenas · Responsable de Marketing

Carretera Logroño, S/N Bajo

26120 Albelda de Iregua / La Rioja España

+ 34 941 443 032

www.revolugreen.es



A

B

C

D

E

F

G

H

Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
C - 700

Albóndigas vegetales y Escalopines Revolugreen!

Productos plant based (veganos): Albóndigas vegetales con tomate, Revolugreen! 250 g. y escalopines en salsa vegetales, Revolugreen! 250 g.: Platos preparados refrigerados. 100% vegetal; nutri-score A; sin (huevo, gluten, lactosa, colorantes, conservantes, sin ingredientes genéticamente modificados). Alto contenido en proteínas; bajo contenido en azúcares. 0% animal, 100% sabor.

TENDENCIA

Conveniencia: Rapidez en preparación
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Plant based (vegan) products: Vegetable meatballs with tomato sauce, Revolugreen! 250 gr and vegetable escalopines with vegetable sauce, Revolugreen! 250 gr: Refrigerated ready meal. 100% vegetable; nutri-score A; free from (egg, gluten, dairy, colourings, preservatives, without genetically modified ingredients). High protein content; Low sugar content. 0% animal, 100% taste.

TREND

Convenience: Speed in preparation
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging
250 g

Vida útil estimada Estimated shelf life
60 días

Temperatura de conservación Preservation temperature
Mantener entre 0°C Y 4°C

Fabricante Manufacturer
Revolugreen!

Fabricado en Made in
España

Fecha de lanzamiento Launching date
09 / 2021

País de comercialización Commercializing Country
España, Estados Unidos De América, Francia, Portugal

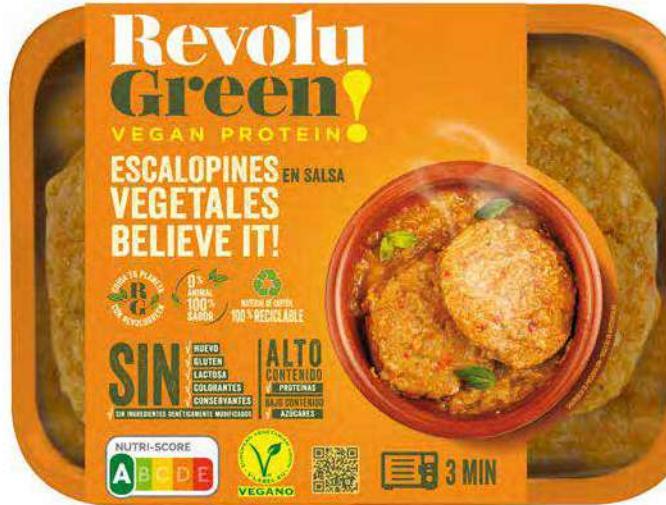
Canales de venta Commercial Channel
Horeca, Retail

Precio aprox. Approximate price
3,20 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency
Desarrollo de producto: Revolugreen!; Desarrollo de diseño de packaging: La Cia.

Jefe de producto Product Manager
Helena Arenas

Empresa Company
Revolugreen!
Helena Arenas · Responsable de Marketing
Carretera Logroño, S/N Bajo
26120 Albelda de Iregua / La Rioja España
+ 34 941 443 032
www.revolugreen.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
C - 700

A

B

C

D

E

F

G

H

Gama Maestros del Corte

Villar Maestros del Corte. Una gama de productos ibéricos de la máxima calidad, en FORMATO “TAPA” para su consumo “DEL SOBRE A LA MESA”. Se presenta en sobres de 90 grs. Envasados en altas presiones que permiten ver en su totalidad la calidad del producto que contienen y con una vida útil de 90 días. Toda la experiencia y tradición de una empresa con 60 años de historia y saber hacer.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Producto natural, Garantía / Sello de calidad (D.O ...)

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Villar Maestros del Corte A range of Iberian sliced meats which is presented in “tapa” style slices, ready to eat “from pack to table”. The range is available in high-pressure 90g vacuum packs, which provide full visibility of the product and its quality and have a 90-day shelf life. A product family that evokes the experience and tradition of a company with 60 years of history and know-how.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Natural product, Guarantee/Quality mark (DO ...)

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Sobres de 0,09kg

Vida útil estimada Estimated shelf life

90 días

Temperatura de conservación Preservation temperature

Ambiente

Fabricante Manufacturer

Industrias Cárnicas Villar S.A.

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

04 / 2021

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Retail

Precio aprox. Approximate price

7,95 - 10,95 € (Villar Maestros del Corte ibérico de bellota 100%)

y 4,25 - 5,50 € (Villar Maestros del Corte ibérico de cebo 50%)

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Atwork

Jefe de producto Product Manager

Jacinto Galán

Empresa Company

Costa Food Group (Industrias Cárnicas Villar S.A.)

Adalí Morales · CMO

Carretera Ctra. Madrid Km 221- 42191 – Los Rábanos (Soria),
221 42191 Los Rábanos Soria España
+ 34 975 220 300

www.costafood.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
E - 600

Xarcuteria al plat

Soluciones de charcutería consistentes en una base culinaria elaborada con ingredientes de origen natural y embutidos tradicionales, destinado al complemento y a la presentación de platos de cocina mediterránea a base de pasta, verduras de temporada y legumbres cocidas.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Charcuterie solutions that consist of a culinary base made with ingredients of natural origin and traditional sausages, intended to complement and present Mediterranean cuisine dishes based on pasta, seasonal vegetables and cooked legumes.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Individual: 100-120 g. Admite formatos multiración

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

5 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0° - 4° C

Fabricante *Manufacturer*

Carnissers Xarcuters Catalunya - GremiCarn Barcelona

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

04 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

1,5 €-2 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Comisión Innovación GremiCarn

Jefe de producto *Product Manager*

Núria Querol

Empresa *Company*

Federacio catalana de carnissers i cansaladers-xarcuters

Oriol Tarrats · Secretario General

Calle Consell de Cent, 80 2

08015 Barcelona / Barcelona España

+ 34 934 241 958

www.carnissersxarcuterscatalunya.cat



A

B

C

D

E

F

G

H

Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
B - 500

Loncheados de Cebo de Campo Ibérico

Productos fabricados con una materia prima inigualable: cerdos ibéricos alimentados al aire libre que aprovechan los recursos naturales del campo y con una crianza mínima de 12 meses. Animales más maduros, que proporcionan jamones y paletas más grandes y de más calidad. Su mayor tiempo de curación proporciona además mayor sabor y aroma a las piezas seleccionadas.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

This new range of sliced cold cuts 'Iberian Cebo de Campo' (50% Iberian) is made from an unbeatable raw material: 'freerange' pigs that have the chance to make the most of what nature provides and that are reared for at least 12 months. These older animals produce hams and shoulder of pork that are both larger and of higher quality. The presentation of these pre-cut slices evokes an air of freshness.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Sobres de 0,07kg

Vida útil estimada Estimated shelf life

180 días

Temperatura de conservación Preservation temperature

2 - 8 °C

Fabricante Manufacturer

Industrias Cárnicas Villar S.A.

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

09 / 2020

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Retail

Precio aprox. Approximate price

3,25 € - 4,50 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Atwork

Jefe de producto Product Manager

Jacinto Galán

Empresa Company

Costa Food Group (Industrias Cárnicas Villar S.A.)

Adalí Morales · CMO

Carretera Ctra. Madrid Km 221- 42191 – Los Rábanos (Soria),
221 42191 Los Rábanos Soria España

+ 34 975 220 300

www.costafood.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
E - 600

A

B

C

D

E

F

G

H

Fuet & Bread

Fuet&Bread de Argal, el perfecto snack que combina deliciosos mini fuets con crujientes palitos de pan. Ideal para desayunos y meriendas y apto para su consumo en cualquier momento y lugar, al no necesitar frío para su conservación y presentarse en un formato fácil de llevar.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Producto natural

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Argal Fuet&Bread is the perfect snack because it mixes delicious mini fuet sticks with crunchy bread sticks. Ideal for breakfast and afternoon snack suitable for consumption anytime and anywhere. Non-cooling preservation and its easy to take away.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Natural product

TYPE OF INNODATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
33,5 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
120 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Conserver en lugar fresco y seco

Fabricante *Manufacturer*
Argal Alimentacion S.A.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
01 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
1 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Argal Alimentación

Jefe de producto *Product Manager*
Departamento I+D / Marketing

Empresa *Company*
Argal Alimentación S.A.
Meritxell Domingo · Directora Marketing

Calle Mosen Domingo Agudo, 11
50015 Zaragoza / Zaragoza España
+ 34 973 704 600
www.argal.com



Sector
Intercarn

Pabellón
Pavilion P.3

Nº Stand
E - 500

A

B

C

D

E

F

G

H

Pechuga de Pavo Gourmet Oliving

Argal Oliving, la única charcutería sabrosa y saludable gracias a su proceso único de elaboración que sustituye gran parte de la grasa animal por aceite de oliva virgen extra. La pechuga de Pavo Argal Oliving está elaborada con materia prima de alta calidad, con aceite de oliva virgen extra, que le otorga una textura y un sabor únicos, además de un alto porcentaje cárneo.

TENDENCIA

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Ligereza y nutrición, Producto natural

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación continuada (versión mejorada de un producto ya existente en el mercado)

Argal Oliving is the only tasty and healthy charcuterie due to its unique manufacturing process which replace a big part of the animal fat by extra virgin olive oil. Argal Oliving cooked turkey breast is made with high quality raw materials plus extra virgin olive oil, which gives the product an exclusive taste and texture besides a high meat content.

TREND

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Natural product

TYPE OF INNOVATION

Incremental innovation (improved version of a product existing on the market)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
Loncheado de 100 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
40 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
0° - 5° C

Fabricante *Manufacturer*
Argal Alimentacion S.A.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
03 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
2,10 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Argal Alimentación

Jefe de producto *Product Manager*
Departamento I+D / Marketing

Empresa *Company*
Argal Alimentación S.A.
Meritxell Domingo · Directora Marketing

Calle Mosen Domingo Agudo, 11
50015 Zaragoza / Zaragoza España
+ 34 973 704 600
www.argal.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
E - 500

A
B
C
D
E
F
G
H



D

Cochinillo Asado de Segovia 2.0

El cochinillo asado es un producto tradicional de la gastronomía española que Tabladillo ha venido trabajando desde sus orígenes, acercando facilidad y formatos al consumidor final. Poder disfrutar en cualquier momento y lugar de un cochinillo crujiente y dorado de Segovia, sin necesidad de refrigeración constituye una verdadera innovación para un producto tan tradicional.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación

Salud: Producto natural

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Roasted cochinillo (suckling pig) is a traditional product of the spanish cuisine and Tabladillo has been working with it since his origins, bringing easiness and new formats to the customers. Being able to enjoy a crunchy and brown suckling from Segovia everywhere and anytime, with no need of cooling, constitutes a reliable innovation for such a traditional product.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation

Health and Confidence: Natural product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Cuarto de cochinillo 1kg y Roti 800g (peso min garantizado)

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

60 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Conserver en lugar fresco y seco

Fabricante *Manufacturer*

Cárnicas Tabladillo S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

Cuarto de cochinillo: 33,00 €, Roti de Cochinillo: 37,50 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Desarrollo interno de Cárnicas Tabladillo SL

Jefe de producto *Product Manager*

Fuencisla Esteban

Empresa *Company*

Tabladillo (Crujiente y Dorado S.L.)

Elena Fernandez · Departamento de Marketing

Pasaje Paraje de los barreros, 19

40122 Tabladillo / Segovia España

+ 34 921 124 389

www.tabladillo.es



A

B

C

D

E

F

G

H

Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
G - 875

Future Burger 2030

La burger de Future Farm versión 2030 está hecha a partir de nuestro blend de proteína de soja, guisante y garbanzo que juntas se acercan al sabor y textura de una burger de origen animal. Además, nosotros nos atrevemos a dar un paso más y recomendamos cocinar nuestras burgers bajo puntos de cocción preferidos (poco hecha, al punto y muy hecha). Son gluten free, GMO-free y totalmente veganos.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de preparación, Rapidez en preparación
Salud: Producto natural
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Incremental innovation (improved version of a product existing on the market)

Future Farm's Future Burger Version 2030 is made using a blend of soy, pea and chickpea that mimics both the taste and texture of a beef burger. We then take it one step further and our 2030 burger can be cooked to emulate rare, medium and well-done cooking points. Plus it's GMO-Free, Gluten Free and totally vegan.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of preparation, Speed in preparation
Health and Confidence: Natural product
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental innovation (improved version of a product existing on the market)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
230g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
Frozen (360 days), Chilled (18 days)

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
[Store] Between 2°C and 7°C. After opening limited shelf life.

Fabricante *Manufacturer*
Fazenda Futuro (Future Farm)

Fabricado en *Made in*
BRASIL

Fecha de lanzamiento *Launching date*
06 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
Germany, Spain, Italy, The Netherlands, Portugal, United Kingdom

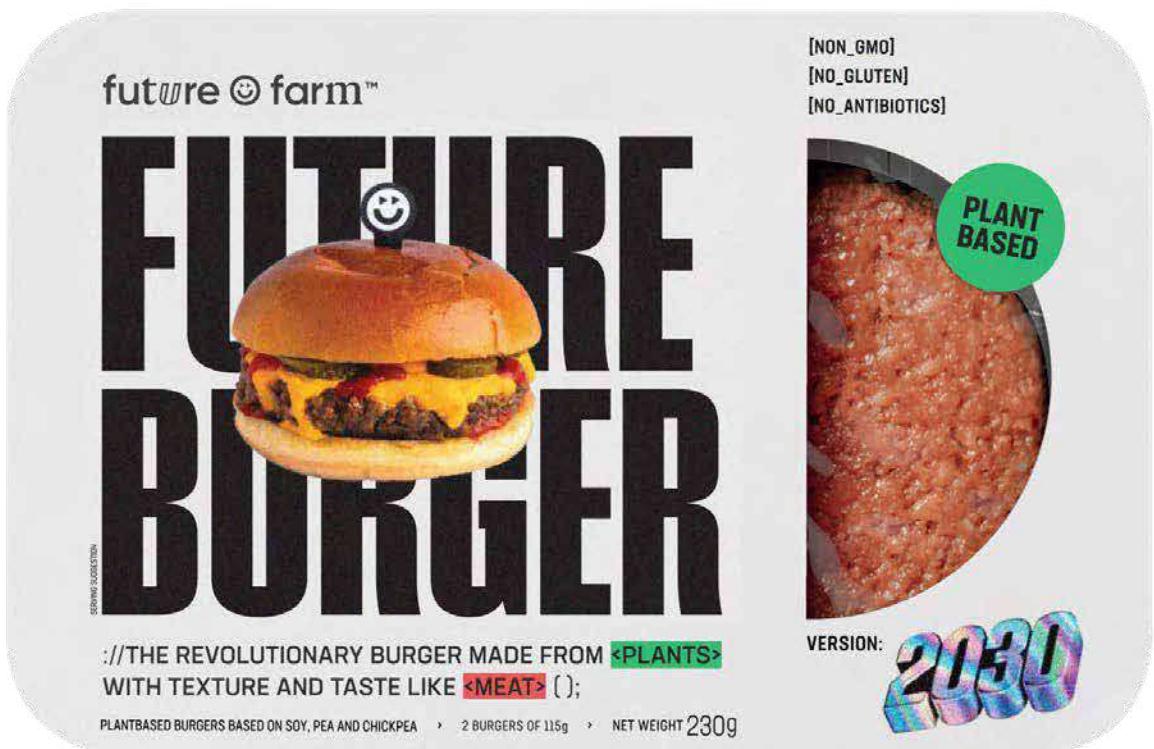
Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail, Impulse

Precio aprox. *Approximate price*
3,90 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Future Farm

Jefe de producto *Product Manager*
Hew Adams

Empresa *Company*
Future Farm
 Hew Adams · Trade Marketing Manager
 Street Old Street, 239
 EC1V 9EY London / London United Kingdom
 +34 447540843017
futurefarm.io



A
B
C
D
E
F
G
H

Sector Sector
Alimentaria Trends - Free From
 Pabellón Pavilion
P.3
 N° Stand
E - 380

Future Tuna

Future Tuna replica el atún en conserva utilizando nuestro propio blend de proteína de soja, guisante y garbanzo, además de contener aceite de oliva, rábano y aceite de microalgas - una excelente fuente de omega 3 y ácidos grasos. Gracias a nuestro packaging al vacío, no necesita ningún conservante artificial. It contiene 15g de proteína, 183 mg omega-3 e 1g de sal, además de ser gluten.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de preparación, Consumo instantáneo
Salud: Ligereza y nutrición, Producto natural
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

Future Tuna replicates tinned tuna using Future Farm's signature blend of soy, pea and chickpea protein, with olive oil, radish and microalgae oil - a good source of omega 3 fatty acids - and, thanks to the vacuum packaging, doesn't require the addition of any preservatives.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of preparation, Instant consumption
Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Natural product
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
150g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
1 año

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente

Fabricante *Manufacturer*
Fazenda Futuro (Future Farm)

Fabricado en *Made in*
Brasil

Fecha de lanzamiento *Launching date*
10 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
Germany, Spain, Italy, The Netherlands, Portugal, United Kingdom

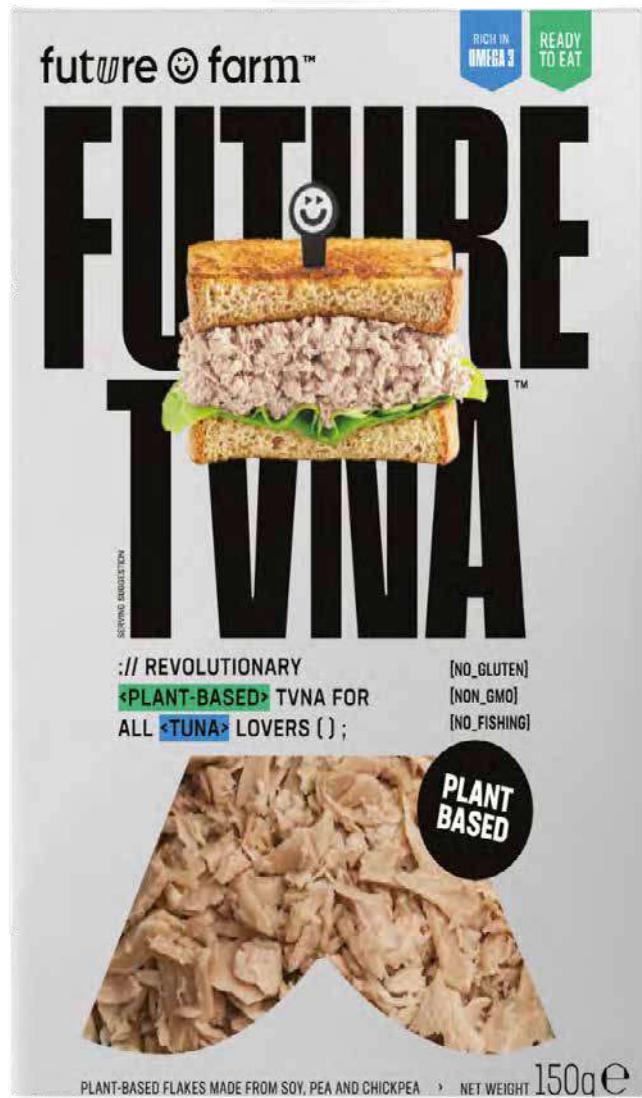
Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail, Impulse

Precio aprox. *Approximate price*
2,90 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Future Farm

Jefe de producto *Product Manager*
Hew Adams

Empresa *Company*
Future Farm
Hew Adams · Trade Marketing Manager
Street Old Street, 239
EC1V 9EY London London UNITED KINGDOM
+ 447540843017
futurefarm.io



Sector **Alimentaria Trends - Free From**
Sector **Pabellón Pavilion P.3**
Nº Stand **E - 380**

D

A
B
C
D
E
F
G
H

Las Jacintas

Las Jacintas son un extrusionado hecho a base de jamón curado y aderezado con pimentón. La apariencia es similar a la pasta fresca, jugosa y de fácil masticación y deglución. Las alternativas culinarias son numerosas: - En frío como ingrediente principal de una ensalada. - En caliente como plato principal, guarnición de carne o pescado, salteado con verduras o como base de un revuelto.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales), Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Jacintas are an extruded product made from cured ham and seasoned with paprika. The appearance is similar to fresh pasta, juicy and easy to chew and swallow. The culinary alternatives are numerous: - Cold as the main ingredient of a salad. - Hot as a main dish, as a side dish with meat or fish, sauteed with vegetables or as a base for scrambled eggs.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods), Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
250 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
1 mes

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
2º - 8º C

Fabricante *Manufacturer*
Hijo de José Martínez Somalo

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
06 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
4 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
CTIC-CITA

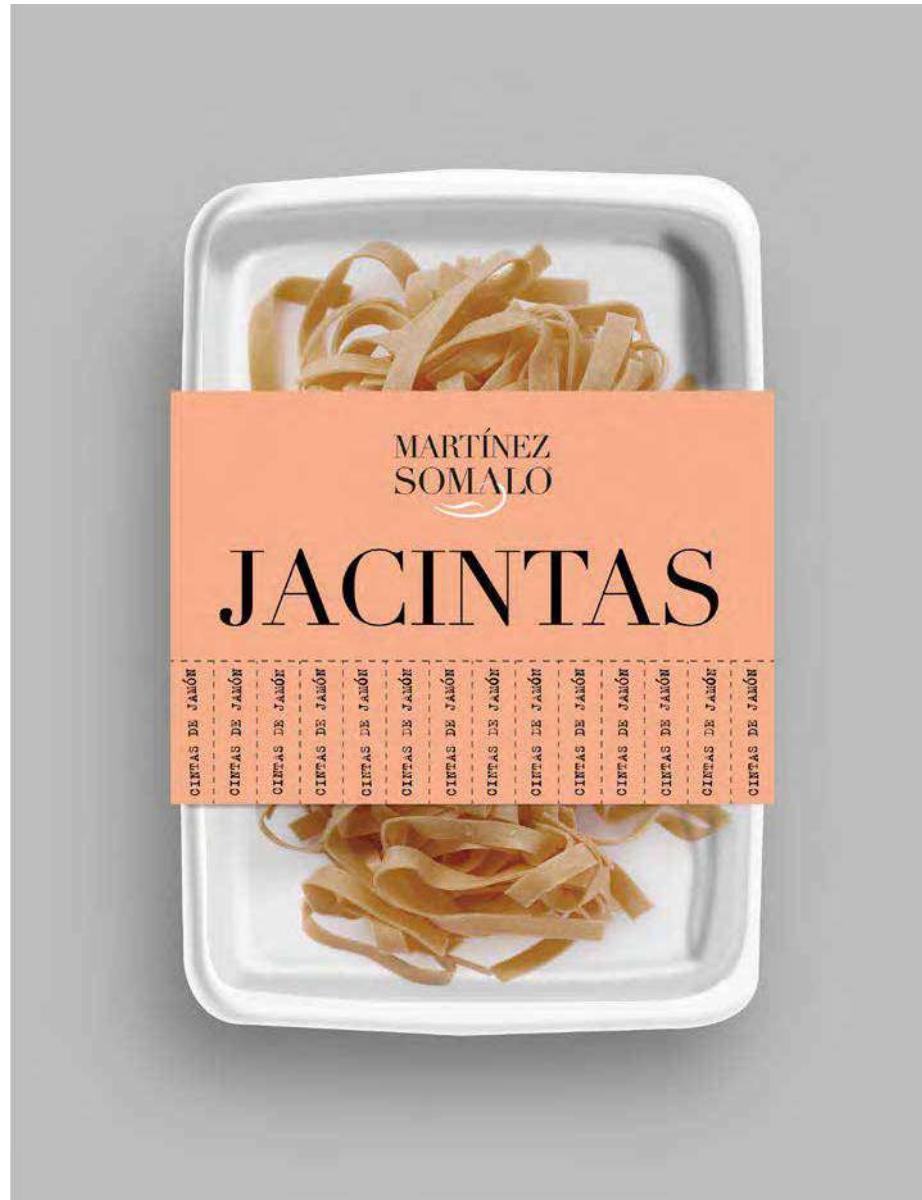
Jefe de producto *Product Manager*
Javier Pastor

Empresa *Company*
Hijo de José Martínez Somalo S.L.

Rafael Yanguas · Director Comercial

Plaza Mayor, 1
26320 Baños de Río Tobía / La Rioja España
+ 34 941 375 030

www.martinezsomalo.com



Sector
Intercarn

Pabellón
Pavilion P.3

Nº Stand
C - 750

ElPozo legado: Jamón extra con trufa, pechuga de pavo y pechuga de pollo

D

ElPozo presenta su nueva gama de loncheados LEGADO Natural y sin aditivos: Jamón Extra con Trufa, Pechuga de Pavo y Pechuga de Pollo. Estos productos destacan por su gran sabor y calidad, propios de la alta charcutería, altos porcentajes de carne, deliciosas recetas y un proceso de elaboración muy cuidado. Están elaborados solo con ingredientes naturales y sin aditivos.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación
Conveniencia: Facilidad de uso
Salud: Producto natural
Sostenibilidad: Packaging Sostenible

A

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

B

ElPozo presents its new range of sliced products LEGADO Natural without additives: Extra Ham with Truffle, Turkey Breast and Chicken Breast. These products stand out for their great flavor and quality, typical of haute charcuterie, high percentages of meat, delicious recipes and a very careful preparation process. They are made only with natural ingredients and without additives.

C

TREND

Pleasure: Sophistication
Convenience: Ease of use
Health and Confidence: Natural product
Sustainability: Sustainable Packaging

D

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

E

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Lonchas envasadas en atmósfera protectora- 120g/130g

F

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

30 días

G

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0°C-5°C

H

Fabricante *Manufacturer*

ElPozo Alimentación S. A.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,00 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Desarrollo interno

Jefe de producto *Product Manager*

Javier Sánchez Alarcón

Empresa *Company*

ElPozo Alimentación

Laura Balibrea · Responsable Ferias

Avenida Antonio Fuertes, 1
30840 Alhama de Murcia Murcia España
+ 34 968 636 800

www.elpozo.com



Recyclable

Sector
Intercarn
P.3

Pabellón Pavilion
P.3
Nº Stand
D - 750

ElPozo Bienstar, jamón cocido y pechuga de pavo

ElPozo Bienstar presenta su nueva gama 100% Natural: Jamón Cocido Extra y Pechuga de Pavo elaborados solo con ingredientes naturales. Estos productos no contienen conservantes, colorantes ni potenciador del sabor. Los productos contienen más de un 90% de carne y presentan un perfil nutricional optimizado siendo bajos en grasa, altos en proteínas y sin azúcares.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación
Conveniencia: Facilidad de uso
Salud: Producto natural
Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

ElPozo Bienstar presents its new 100% Natural range: Extra Cooked Ham and Turkey Breast made only with natural ingredients. These products do not contain preservatives, colorants or flavor enhancers. The products contain more than 90% meat and have an optimized nutritional profile, being low in fat, high in protein and sugar-free.

TREND

Pleasure: Sophistication
Convenience: Ease of use
Health and Confidence: Natural product
Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
Lonchas envasadas en atmósfera protectora

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
40 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
0°C-5°C

Fabricante *Manufacturer*
ElPozo Alimentación S. A.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
1,50 €/u

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Desarrollo interno

Jefe de producto *Product Manager*
Verena Díaz

Empresa *Company*
ElPozo Alimentación
Laura Balibrea · Responsable Ferias

Avenida Antonio Fuertes, 1
30840 Alhama de Murcia Murcia España
+ 34 968 636 800
www.elpozo.com



Sector
Intercarn

Pabellón
Pavilion P.3

Nº Stand
D - 750

Jamón Curado de Pavo Oliving

El Jamón Curado de pavo Argal Oliving está elaborado con auténtico jamón de pavo y aceite de oliva virgen extra. Con todo el sabor de un buen curado y los beneficios saludables del pavo. Presenta un -25% de sal y un -42% de grasa que un jamón serrano. Con el doble de proteínas y un sabor más intenso que la pechuga de pavo cocida. Perfecto para aquellos que quieren cuidarse sin renunciar al sabor.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de uso
Salud: Producto natural

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Argal Oliving turkey dry-ham is made with authentic turkey ham plus extra virgin olive oil. It joins the good dry-meat flavor with the healthy benefits of turkey meat. It contains -25% salt and -42% fat than standard Serrano ham. With double protein content and quite more intense taste than cooked turkey breast. Perfect for those who want to take care of their health without giving up taste.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of use

TYPE OF INNODATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Bipack loncheado de 70 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

90 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0° - 5° C

Fabricante *Manufacturer*

Argal Alimentacion S.A.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

03 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,08 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Argal Alimentación

Jefe de producto *Product Manager*

Departamento I+D / Marketing

Empresa *Company*

Argal Alimentación S.A.

Meritxell Domingo · Directora Marketing

Calle Mosen Domingo Agudo, 11

50015 Zaragoza / Zaragoza España

+ 34 973 704 600

www.argal.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
E - 500

A
B
C
D
E
F
G
H

INNOVAL 2022

DULCERÍA, CONFITERÍA, SNACKS Y PANADERÍA
SWEET, CONFECTIONERY, SNACKS AND BAKERY PRODUCTS

E

Organic Africa Chocolate

Hacemos chocolate limpio desde nuestras plantaciones de cacao orgánico en África.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de uso
Salud: Producto ecológico
Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

We make clean chocolate from our organic cocoa plantations in Africa.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of use
Health and Confidence: Organic product
Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNODATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
17cm de alto x 11cm de ancho x 1 cm de grosor. Peso 70g.

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

Un año

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
12°-22°C

Fabricante *Manufacturer*
Organic Africa S.L.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

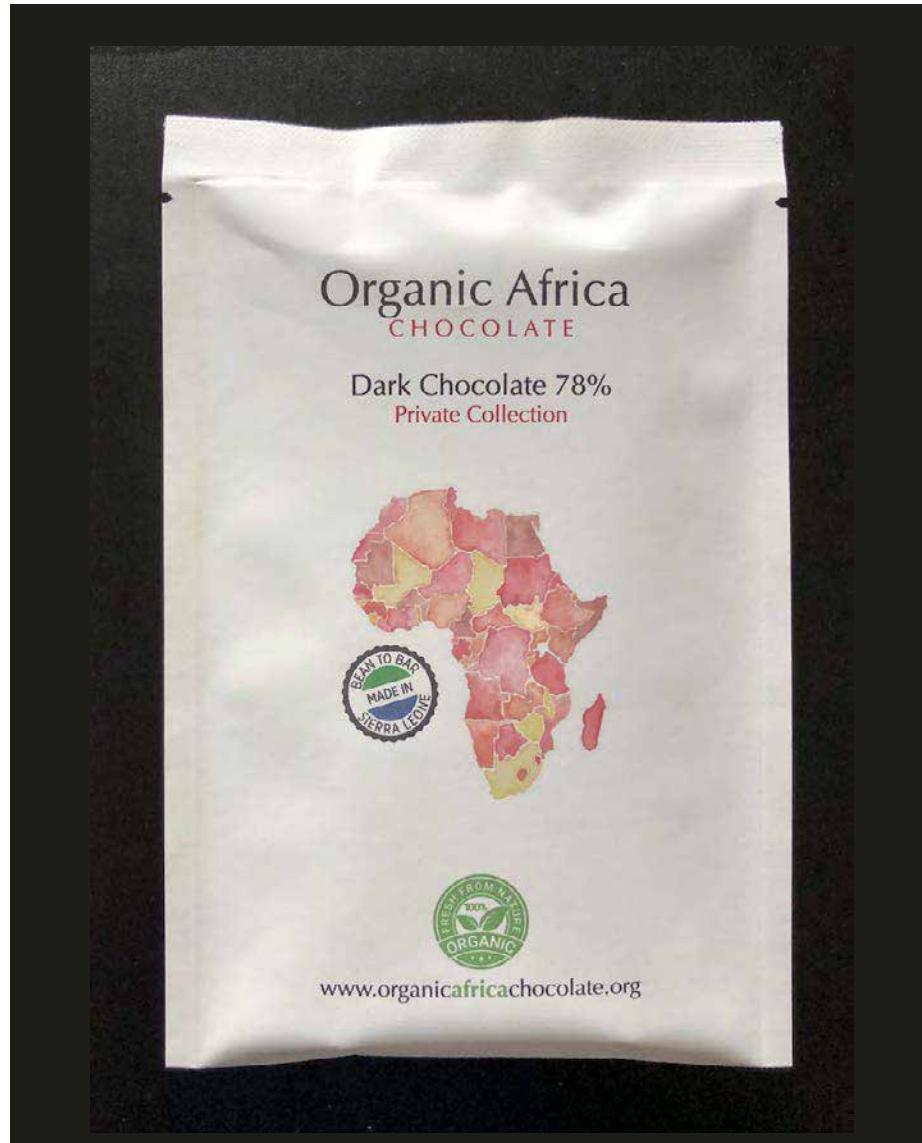
Precio aprox. *Approximate price*
1 € - 2 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Organic Africa

Jefe de producto *Product Manager*
Sergio Codonyer

Empresa *Company*
Organic Africa S.L.
Jorge Mateo · Director

Calle Tenerife, 19 Bajos
08024 Barcelona / Barcelona España
+ 34 629 792 045
www.organicafricachocolate.org



Sector
Alimentaria Trends - Organic Foods

Pabellón Pavilion
P.5

Nº Stand
B - 311

A

B

C

D

E

F

G

H

Marinas 100% libre de plástico

Marinas es sinónimo de calidad y distinción. Las primeras patatas fritas con un envase 100% libre de plástico y compostable. Sus materias primas: patata 100% agria seleccionada y trabajada con nuestros agricultores locales + la selecta Sal de Flor d'Es Trenc elaborada de forma tradicional en Mallorca.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Calidad sensorial, Sofisticación, Sofisticación, Tradicional (elaborada con métodos tradicionales), Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Consumo instantáneo

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Packaging Sostenible, Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción), Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Talking about Marinas is talking about quality and distinction. The first crisps with a 100% plastic-free and compostable packaging. Its raw materials: 100% sour potato selected and worked with our local farmers + the premium sea salt Flor de Sal d'Es Trenc made the traditional way in Mallorca.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sensory quality, Sophistication, Sophistication, Traditional (manufactured using traditional methods), Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Instant consumption

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Packaging, Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process), Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
150 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
6 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Conserver en lugar fresco y seco

Fabricante *Manufacturer*
Grupo Apex · Aperitivos y Extrusionados S.A.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
05 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
Alemania, España, Polonia, Reino Unido

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
1,95 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Lacía

Jefe de producto *Product Manager*
Mireia Ribé

Empresa *Company*
Aperitivos y Extrusionados S.A.
Mireia Ribe · Comunicación y Desarrollo de Negocio

Polígono El Ginestar A-68, Km 104
31550 Ribaforada / Navarra España
+ 34 948 819 412

www.grupoapex.es



Sector
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
C - 150

Snack de jamón Ibérico

Snack de Jamón Ibérico con picos de pan artesanal en un formato de consumo único especial para alimentación “on the go”. Es un producto nuevo formado por un tartar de jamón natural y picos de pan en un packaging innovador y patentado para Europa y diferentes países. Su formato permite disfrutar de una jamón con la calidad del recién cortado en cualquier lugar y momento.

TENDENCIA

Placer: Variedad

Conveniencia: Facilidad de uso, Consumo instantáneo

Salud: Energía y bienestar, Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Iberian Ham snack with artisanal bread picks in a unique consumption format special for food “on the go”. It is a new product (Snack Iberian Ham) formed by a tartar of natural ham and bread peaks in an innovative and patented packaging for Europe and different countries. Its format allows you to enjoy a ham with the quality of freshly cut anywhere and at any time.

TREND

Pleasure: Variety

Convenience: Ease of use, Instant consumption

Health and Confidence: Energy and wellness, Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
el peso de de 32g y es de 9cmx19cm

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
6 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
18°-24°C

Fabricante *Manufacturer*
Enjoy your snack S.L.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
11 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
Desde 1,95€ en Retail a 2,95€ en Travel-Retail

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Lilam Soluciones Creativas

Jefe de producto *Product Manager*
Jorge Roure

Empresa *Company*
Enjoy Your Snack S.L.

Victor Echevarria Sanz · Administrador

Calle Colonia Torro, 1 PL1A
08173 Sant Cugat / Barcelona España
+ 34 607 599 436

www.tartarypico.com



Sector
Mediterranean Foods

Sector
Pabellón Pavilion
P.5

Nº Stand
E-15

E

A

B

C

D

E

F

G

H

CONÜS

Impulse
Channel
Award
Innoval
2022

Los CONÜS nacen con la idea de que a muchos nos encanta la parte final de un helado. Nos hemos esforzado mucho para crear un producto novedoso y único en cuanto a calidad, formato e imagen, con una galleta con la receta de nuestros barquillos artesanos (que elaboramos desde hace más de 50 años) y los mejores chocolates y pralinés, gracias a nuestros maestros pasteleros. ¿Te gusta la parte final?

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial
Conveniencia: Consumo instantáneo
Salud: Producto ecológico
Sostenibilidad: Cadena de valor

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical

The CONÜS are born with the idea that many of us love the final part of an ice cream. We have worked hard to create a new and unique product in terms of quality, format and image, with a biscuit with the recipe for our artisan wafers (which we have been making for more than 50 years) and the best chocolates and pralines, thanks to our pastry masters. Do you like the final part?

TREND

Pleasure: Sensory quality
Convenience: Instant consumption
Health and Confidence: Ecological product
Sustainability: Value chain

TYPE OF INNODATION

Radical innovation

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Pack forma pirámide de 10x20 cm y 70g e producto

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

10 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*

Conus Rodellas S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

01 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

1,90 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Pastelería Rodellas

Jefe de producto *Product Manager*

Jordi Rodellas

Empresa *Company*

Conus Rodellas S.L.

Albert Coll Morell · Director gerente

Calle Sant Pere, 5

08470 Sant Celoni / Barcelona España

+ 34 609 766 934

www.conusrodellas.com



Sector
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
G - 260

Nestlé Extrafino

Nestlé Extrafino, la marca con inolvidable sabor a la infancia nº1 del mercado en Chocolate con Leche presenta sus nuevos lanzamientos: Nestlé Extrafino Oceanix con un relleno cremoso y trocitos de galleta OCEANIX; Nestlé Extrafino Lion, con un irresistible relleno sabor caramel y trocitos de cereal; Nestlé Extrafino Barritas, con una deliciosa base de Barrita de Galleta y Chocolate con Leche.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Consumo instantáneo

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado

Nestlé Extrafino, the brand with an unforgettable flavor of childhood, No. 1 Milk Chocolate market, presents its new launches: Nestlé Extrafino Oceanix with a creamy filling and OCEANIX cookie pieces; Nestlé Extrafino Lion, with an irresistible caramel flavor filling and cereal bits; Nestlé Extrafino Bars, with a delicious base of Biscuit Bar and Milk Chocolate.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Instant consumption

Sustainability: Sustainable Value Chain

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging
Desde 108g a 164g

Vida útil estimada Estimated shelf life
De 10 a 12 meses

Temperatura de conservación Preservation temperature
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante Manufacturer
Nestlé

Fabricado en Made in
España

Fecha de lanzamiento Launching date
03 / 2021

País de comercialización Commercializing Country
España

Canales de venta Commercial Channel
Retail

Precio aprox. Approximate price
De 1,15 € a 1,85 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency
Nestlé

Jefe de producto Product Manager
Joan Moreno / Marta Estruch

Empresa Company
Nestlé España
Marta Gómez · Innovation Project Manager

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 450

A
B
C
D
E
F
G
H

Nestlé Jungly

Desde su retirada en 2015, los fans de Nestlé Jungly pidieron la vuelta del producto a través de las redes sociales y pudieron traerlo de vuelta. ¡Desatando una verdadera locura para conseguirlas! Tras el retorno de la variedad Chocolate con Leche lanzamos las nuevas variedades como el irresistible Turrón de Nestlé Jungly y el delicioso Nestlé Jungly Blanco, hecho con chocolate blanco y galleta.

TENDENCIA

Placer: Tradicional

Conveniencia: Consumo instantáneo

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Since its delisting in 2015, Nestlé Jungly fans had been asking for the return of the product through social networks until they achieved it last year. Unleashing a real madness to get them! After the return of the Milk Chocolate variety, we launched new varieties such as the irresistible Nestlé Jungly Nougat and the delicious Nestlé Jungly Blanco, made with white chocolate and biscuits.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)

Convenience: Instant consumption

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Desde 120g a 235g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*

Nestlé

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

02 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

1,49 € a 2,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*

Joan Moreno

Empresa *Company*

Nestlé España

Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2

08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España

+ 34 608 399 012

www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

A

B

C

D

E

F

G

H

Nestlé Dark

Nestlé DARK es la nueva marca de Chocolates Nestlé dirigida a los amantes del chocolate negro más intenso. Tanto las tabletas como los bombones están elaboradas con cacao de excelente calidad 100% obtenido de forma sostenible y con ingredientes especialmente seleccionados por su intensidad y alto porcentaje de cacao. Con variedades desde 49% a 85% de cacao de Ghana, Ecuador y Costa de Marfil.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Consumo instantáneo

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado

Nestlé DARK is the new Nestlé Chocolates brand aimed at lovers of the most intense dark chocolate. Both Nestlé Dark tablets and sweets are made with excellent quality cocoa 100% certified sustainable cocoa and contain ingredients specially selected for their great intensity and high percentages of cocoa from Ghana, Ecuador and Ivory Coast, with varieties from 49% to 85%.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Instant consumption

Sustainability: Sustainable Value Chain

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Desde 85g a 120g

Vida útil estimada Estimated shelf life

De 9 a 12 meses

Temperatura de conservación Preservation temperature

Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante Manufacturer

Nestlé

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

09 / 2021

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Retail

Precio aprox. Approximate price

De 1,65 € a 3,5 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Nestlé

Jefe de producto Product Manager

Joan Moreno / Marga Mayol

Empresa Company

Nestlé España

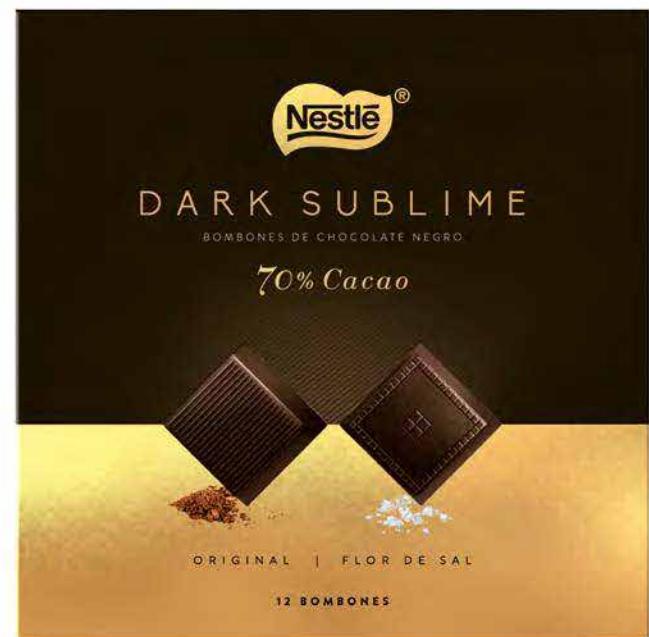
Marta Gómez · Innovation Project Manager

Calle Campoamor, 2

08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España

+ 34 608 399 012

www.nestle.es



A
B
C
D
E
F
G
H

Sector
Grocery Foods
P.2

Pabellón Pavilion
P.2
Nº Stand
D - 450

Nesquik intenso

NESQUIK presenta su gama para jóvenes adultos. Tres variedades irresistibles 40% cacao, 70% cacao y 100% cacao, sin aditivos ni edulcorantes artificiales, que van a sorprender a los amantes de Nesquik que buscan una experiencia más intensa. Se comercializan en un envase y tapa 100% reciclables.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

NESQUIK launches the new Nesquik Intense range for young adults. Three irresistible varieties; 40% cocoa, 70% cocoa and 100% cocoa, without additives or artificial sweeteners that will delight intense cocoa lovers. Moreover they are commercialized in a 100% recyclable can.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
290-330g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
24 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Nestlé

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
08 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
3,5-3,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*
Marc Ponsa

Empresa *Company*
Nestlé España
Marta Gómez
Innovation Project Manager

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012

www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

A
B
C
D
E
F
G
H

Nesquik 0% azúcares añadidos

Nesquik 0% ha llegado para ofrecer a los consumidores de Nesquik su producto favorito con 0% azúcares añadidos, con 100% de sabor y sin gluten. Presenta una receta más limpia que otros de su categoría y está endulzado con Estevia natural. Por ello, cuenta con la etiqueta Nutriscore A. Se comercializa en un envase y tapa 100% reciclables.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Salud: Ligereza y nutrición

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado

Nesquik 0% lands to offer the consumers exactly what they need, their favorite product, now with 0% added sugars, 100% taste and gluten free. Presents a cleaner label than other products of the category and it's sweetened with natural Stevia. For that, it has a Nutri-score A label.

TREND

Pleasure: Sophistication

Health and Confidence: Weight loss and nutrition

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
300g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Nestlé

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
09 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
3,45 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*
Marc Ponsa

Empresa *Company*
Nestlé España
Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

A
B
C
D
E
F
G
H

Velarte Natur

Velarte Natur trigo sarraceno integral (8.6%) y semillas de amapola & Velarte Natur Espelta 34% y eneldo Los palitos de pan crujiente Velarte Natur están elaborados cuidando al detalle la selección de todos los ingredientes para ofrecerte un snack saludable y equilibrado: con sal baja en sodio, sin azúcares añadidos, sin colorantes, sin conservantes. Horneados. No fritos.

TENDENCIA

Placer: Tradicional

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Ligereza y nutrición

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa

Velarte Natur wholegrain buckwheat (8.6%) and poppy seeds & Velarte Natur spelt (34%) and dill Velarte Natur crunchy breadsticks are made with very carefully selected ingredients, to offer you a healthy and balanced snack: with low-sodium salt, no added sugars, no colourings and no preservatives. Baked. Not fried.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

80g Formato: 9.5cm de ancho x 22.5cm de alto x 3cm de profundidad

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

180 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Consevar en lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*

Productos Velarte S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

09 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

0,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Puigdemont Roca

Jefe de producto *Product Manager*

Raquel López

Empresa *Company*

Productos Velarte S.L.

Raquel Lopez · Marketing

Polígono El Bony C/42, S/N

46470 Catarroja / Valencia España

+ 34 961 267 132

www.velarte.com



Sector **Snacks, Biscuits & Confection**

Pabellón **Pavilion P.2**

Nº Stand
E - 121

A
B
C
D
E
F
G
H

Mediterranium Bites

Snacks crujientes y apetitosos ideales para tus momentos de disfrute a cualquier hora del día. Un tentempié lleno de sabor y fácil de tomar en un solo bocado. Y tú, cuál prefieres ¿pipas y barbacoa? ¿o sour cream? Elaborados a partir de la receta original de la panadería valenciana con ingredientes seleccionados. Horneados. No fritos y con un toque de aceite de oliva virgen extra.

TENDENCIA

Placer: Variedad

Conveniencia: Consumo instantáneo

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación continuada

These are crunchy, appetising snacks ideal for enjoying at any time of day. A snack full of flavour that's easy to eat in one bite. Which do you prefer: barbecue seeds? Or sour cream? Made from the original Valencian bakery recipe with carefully selected ingredients. Baked. Not fried. With a touch of extra virgin olive oil.

TREND

Pleasure: Variety

Convenience: Instant consumption

TYPE OF INNOVATION

Incremental innovation

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Peso: 88 g / **Formato:** 14cm de ancho x 21cm de alto x 3cm de profundidad

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

180 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Conservar en lugar fresco y seco

Fabricante *Manufacturer*

Productos Velarte S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

10 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

0,85 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

We Add You

Jefe de producto *Product Manager*

Raquel López

Empresa *Company*

Productos Velarte S.L.

Raquel Lopez · Marketing

Polygono El Bony C/42, s/n

46470 Catarroja / Valencia España

+ 34 961 267 132

www.velarte.com



Sector
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
E - 121

A

B

C

D

E

F

G

H

92

Artesanas

Barritas de pan horneadas y crujientes. Elaboradas con la misma receta de la familia Velarte desde hace 50 años. Uno de nuestros secretos: Velarsana, nuestra harina con fórmula exclusiva que permite que nuestras barritas de pan se mantengan frescas y crujientes más tiempo. Disfrútalas como más te gusten: con pipas, queso, cacahuates, cereales, chocolate o sabor pesto. Alto contenido en fibra.

TENDENCIA

Placer: Tradicional
Conveniencia: Consumo instantáneo
Salud: Energía y bienestar

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Baked, crunchy breadsticks. Made with the same recipe used by the Velarte family for 50 years. One of our secrets: Velarsana, our uniquely formulated flour that allows our breadsticks to stay fresh and crunchy for longer. Enjoy them however you like: with seeds, cheese, peanuts, cereals, chocolate or pesto flavour. High fibre content.

TREND

Pleasure: Traditional
Convenience: Instant consumption
Health and Confidence: Energy and wellness

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Peso: 80 g / **Formato:** 9,5 cm de ancho x 22,5 cm de alto x 3 cm de profundidad

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
180 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Conservar en lugar fresco y seco

Fabricante *Manufacturer*
Productos Velarte S.L.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
Bélgica, España, Francia, Italia, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
0,95 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Puigdemont Roca

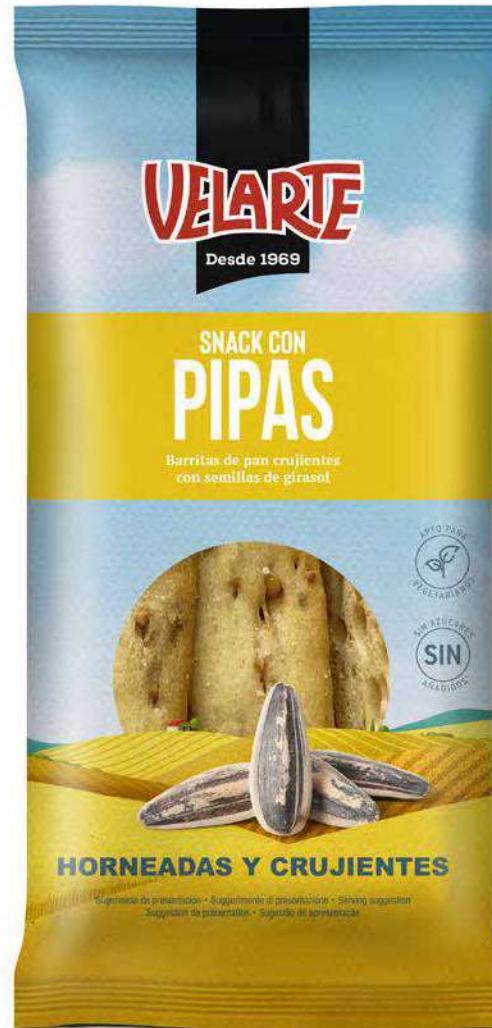
Jefe de producto *Product Manager*
Raquel López

Empresa *Company*
Productos Velarte S.L.

Raquel Lopez · Marketing

Polygono El Bony C/42, s/n
46470 Catarroja / Valencia España
+ 34 961 267 132

www.velarte.com



Sector **Sector**
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón **Pavilion**
P.2
Nº Stand
E - 121

A
B
C
D
E
F
G
H
98

Crema Dulce Violife

Nuevas Cremas Dulces Violife: Ingredientes versátiles sin alérgenos y 100% veganos, para Chefs y Pasteleros. Ideales para TODO tipo de aplicaciones dulces: tartas, mousses, decoraciones, rellenos, bebidas, dips y ¡mucho más! Sus 3 deliciosos sabores (Cacao, Caramelo y Queso), permiten elaborar recetas aptas para celiacos, intolerantes a la lactosa, alérgicos a frutos secos, soja y veganos.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Ligereza y nutrición

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

New Violife Sweet Creams: Versatile, allergens free and 100% vegan ingredients for Chefs and Bakers. Ideal for ALL kind of sweet applications: cakes, mousses, decorations, fillings, beverages, dips and much more! Three delicious flavours (Cocoa, Caramel and Cheese) to prepare recipes adapted to celiacs, lactose intolerants, allergic to nuts, soy and vegans.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Weight loss and nutrition

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Cubo reutilizable de 500 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

2° - 8°C

Fabricante *Manufacturer*

Upfield Europe B.V. - Arivia S.A.

Fabricado en *Made in*

Grecia

Fecha de lanzamiento *Launching date*

03 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca

Precio aprox. *Approximate price*

11,49 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

In house - Arivia

Jefe de producto *Product Manager*

Liliana Londoño Torres

Empresa *Company*

Upfield España S.L.U.

Liliana Londoño · Senior Brand Manager

Calle Balmes, 268 Planta 5
08006 Barcelona / Barcelona España
+ 34 662 960 008
www.upfieldpro.es



Sector
Restaurama

Pabellón Pavilion
P.6

Nº Stand
F - 500

E

A
B

C
D

E
F

G
H

Fantitos

En Impossible Bakers hacemos posible lo imposible. Símbolo de esta hazaña son los FANTITOS, una selección de nuestras mejores tartas (Limon, Cacao, Red Velvet y Carrot Cake), elaboradas de forma artesanal, con ingredientes naturales, bajas en carbohidratos, sin azúcares añadidos y sin cereales ni conservantes. Tu paladar no creerá que no lleven azúcar, y tu salud te lo agradecerá eternamente.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Tradicional
Conveniencia: Facilidad de uso, Consumo instantáneo
Salud: Ligereza y nutrición, Producto natural
Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa

At Impossible Bakers we make the impossible possible. A symbol of this feat is our iconic FANTITOS, a selection of our best cakes (Lemon, Cocoa, Red Velvet and Carrot Cake), handmade in a traditional way, with natural ingredients, low-carb, without added sugars and without cereals nor preservatives. You will not believe that it does not contain sugar, and your health will be forever thankful.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Traditional
Convenience: Ease of use, Instant consumption
Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Natural product
Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
6x6cm / 0,14kg por porción

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
7 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
4°C

Fabricante *Manufacturer*
Impossible Bakers S.L.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
09 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España, Francia, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
4,50 € por unidad (caja de 4u a 18€)

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Departamento interno de la empresa (I+D y Marketing)

Jefe de producto *Product Manager*
Gustavo Catena

Empresa *Company*
Impossible Foods S.L.
Ariadna Grau · Directora de Marketing

Calle Gomis, 84-88 Esc. A, Local 5
08023 Barcelona / Barcelona España
+ 34 645 939 734
impossiblebakers.com



Sector
Restaurama

Pabellón Pavilion
P.7

Nº Stand
D - 700

E

A

B

C

D

E

F

G

H

Erlenbacher Crazy Cheesecake Club

¡Todos quieren cheesecakes! Los hay de todos los tipos, colores y formas: ¡Hay un cheesecake para todos los gustos! Ya que los cheesecakes son increíblemente versátiles. Para los cheesecakes más bonitos, coloridos, frescos, deliciosos, sorprendentes e increíbles, Erlenbacher ha creado el Crazy Cheesecake Club. Solo aquí encontrará los cheesecakes que jamás habría imaginado.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad, Carácter lúdico
Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación

TIPO DE INNOVACIÓN

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

Cheesecake is on everyone's lips! It comes in all kinds of looks, colours and shapes – and there's something for every taste! Because cheesecake is simply wonderfully versatile. For the most edible, incredible, loveliest, freshest, tastiest, craziest and best of them, there is now the Erlenbacher Crazy Cheesecake Club. Only here will you find the cheesecakes you never even dreamt of! Go for it!

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety, Fun
Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

24 cm Diameter, 1,25 -1,8 kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

deep-frozen 18 months

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Frozen -18 °C, refrigerated 6-7°C

Fabricante *Manufacturer*

Erlenbacher Backwaren GmbH

Fabricado en *Made in*

Alemania

Fecha de lanzamiento *Launching date*

10 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

Germany, Argentina, Brazil, Spain, France, Italy, Mexico, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Impulse

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Erlenbacher Backwaren

Jefe de producto *Product Manager*

Diana Schmitt

Empresa *Company*

Erlenbacher Backwaren GmbH

Babette Schmidt · *Head of Corporate Communication*

Street Wasserweg, 39

65421 Groß-Gerau Hessen / GERMANY

+49 6152 803-0

www.erlenbacher.de



Sector
Restaurama

Pabellón Pavilion
P.7

Nº Stand
C - 700

Pan Proteico Be Plus

El pan proteico de Be Plus es una gran opción para disfrutar de un delicioso sándwich o unas crujientes tostadas, sin renunciar a la salud y a cuidarnos. Destaca por su bajo contenido en carbohidratos y su elevado contenido en proteínas. Está elaborado con diferentes cereales y semillas, es fuente de fibra, sin azúcares añadidos y apto para veganos.

TENDENCIA

Conveniencia: Rapidez en preparación

Salud: Ligereza y nutrición, Energía y bienestar

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Be Plus protein bread is a great way to enjoy a delicious sandwich or crunchy toast and taking care of ourselves at the same time. It stands out for its low carbohydrate and high protein content. Made with different cereals and seeds, it is a source of fibre, has no added sugars and is suitable for vegans.

TREND

Convenience: Speed in preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Energy and wellness

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
375g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
30 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Vicky Foods

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
3,50 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Vicky Foods

Jefe de producto *Product Manager*
Joaquín del Río

Empresa *Company*
Vicky Foods Products
Alba Soler · Trade Marketing Manager

Avenida Alicante, 134
46702 Gandia / Valencia España
+ 34 961 021 000
www.vickyfoods.es/



Sector
Grocery Products

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
E - 450

A

B

C

D

E

F

G

H

Softgrains Technology

Granos y semillas enteros infusionados en masa madre inactiva. Proceso inspirado en el método tradicional alemán. Puratos va más allá con un método propio que consiste en infusionar los granos enteros en masa madre inactiva y añadirles una larga etapa de fermentación. El resultado es un pan hidratado, fresco y sabroso que responde a las últimas tendencias de salud y bienestar del consumidor.

TENDENCIA

Placer: Variedad

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Energía y bienestar

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Whole grains and seeds infused in inactive sourdough. Process inspired by the traditional German method. Puratos goes one step further with a proprietary method that consists of infusing whole grains in inactive sourdough and adding a long fermentation stage. The result is a moisturized, fresh and tasty bread that responds to the latest consumer health and wellbeing trends.

TREND

Pleasure: Variety

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Energy and wellness

Sustainability: Sustainable Value Chain

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Disponible en cajas de 5Kg, 10Kg, 20Kg y 1000Kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

6 meses sin abrir

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Una vez abierto conservar a 4°C

Fabricante *Manufacturer*

Puratos

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

02 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Puratos

Jefe de producto *Product Manager*

Mariona Porxas

Empresa *Company*

Puratos

Lidia Garcia · *Communication Manager*

Road C-63, KM 13,5

17410 SILS Girona / España

+ 34 677 966 819

www.puratos.es



Sector
The Alimentaria Hub
Sector
The Alimentaria Hub

Pabellón Pavilion
P.5
Nº Stand
-

A
B
C
D
E
F
G
H

Frit Ravich - Frutos Secos KM0

Frit Ravich KM0 la forman cuatro variedades: nueces crudas y almendras, avellanas y pistachos tostados. Las materias primas provienen de proveedores locales, de los campos de Castilla La Mancha, Lleida y Tarragona.

TENDENCIA

Placer: Tradicional

Conveniencia: Consumo Instantáneo

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Packaging sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa

Frit Ravich KM0 is made up of four product varieties: raw walnuts and roasted almonds, hazelnuts, and pistachios. The raw materials come from local suppliers, from the fields of Castilla La Mancha, Lleida and Tarragona.

TREND

Pleasure: Traditional

Convenience: Instant Consumption

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable packaging

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging
0,110Kg

Vida útil estimada Estimated shelf life
240 días

Temperatura de conservación Preservation temperature
Temperatura ambiente

Fabricante Manufacturer
Frit Ravich

Fabricado en Made in
España

Fecha de lanzamiento Launching date
04 / 2022

País de comercialización Commercializing Country
España

Canales de venta Commercial Channel
Retail, Impulso

Precio aprox. Approximate price
2,95 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency
-

Jefe de producto Product Manager
-

Empresa Company
Frit Ravich
Carla Casadevall · Responsable de Comunicación

Polígono Puigtió, S/N
17412 Maçanet de la Selva / Girona España
+ 34 972 858 008
www.fritravich.com



Sector
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
C - 250

E

A

B

C

D

E

F

G

H

Frit Ravich - Cocteleo Sabor Queso

El nuevo sabor de Cocteleo, es una mezcla de frutos secos y productos de aperitivo con sabor a queso cheddar. Además, Frit Ravich ha recibido la distinción de Sabor del Año 2022 con toda la gama de su marca Cocteleo, reconociendo las 13 variedades que la componen.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

The new Cocteleo flavour is a mix of nuts and fried snack products cheese-flavoured. Furthermore, Frit Ravich has been awarded with the prize Sabor del Año 2022, recognizing the Cocteleo brand with the best flavour of the year, among the mix of nuts and fried snack products in Spain.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Entre 0,110kg y 0,360kg

Vida útil estimada Estimated shelf life

240 días

Temperatura de conservación Preservation temperature

Temperatura ambiente

Fabricante Manufacturer

Frit Ravich

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

04 / 2022

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Retail, Impulso

Precio aprox. Approximate price

1 € - 2,65 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency

-

Jefe de producto Product Manager

-

Empresa Company

Frit Ravich

Carla Casadevall · Responsable de Comunicación

Polígono Puigtió, S/N

17412 Maçanet de la Selva / Girona España

+ 34 972 858 008

www.fritravich.com



Sector Sector
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
C - 250

A
B
C
D
E
F
G
H

Frit Ravich - Chips Premium Jamón en colaboración con Enrique Tomás

Patatas fritas en perola con aceite de girasol alto oléico con sabor a Jamón Ibérico y con el sello de Calidad de Enrique Tomás (principal jamonero del territorio español).

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Fried potatoes in pans with high oleic sunflower oil, Iberian Ham flavored and with the Quality seal of Enrique Tomás (main ham producer in Spanish territory).

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
150g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
120 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*
Frit Ravich

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
10 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
1,89 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

-

Jefe de producto *Product Manager*

-

Empresa *Company*
Frit Ravich
Carla Casadevall · Responsable de Comunicación

Polígono Puigtió, S/N
17412 Maçanet de la Selva / Girona España
+ 34 972 858 008
www.fritravich.com



Sector
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
C - 250

E

A
B

C

D

E
F

G

H

Bizcocho sin gluten

Bizcocho sin gluten y Bizcocho vegano.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Ligereza y nutrición

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Gluten Free sponge cake / Vegan sponge cake.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Weight loss and nutrition

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Bolsa, entre 40g y 300g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

entre 60 y 180 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Ambiente

Fabricante *Manufacturer*

La Granja Foods 1959 S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

1,80 € - 3,50 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

I+D La Granja

Jefe de producto *Product Manager*

Jennifer Sanz

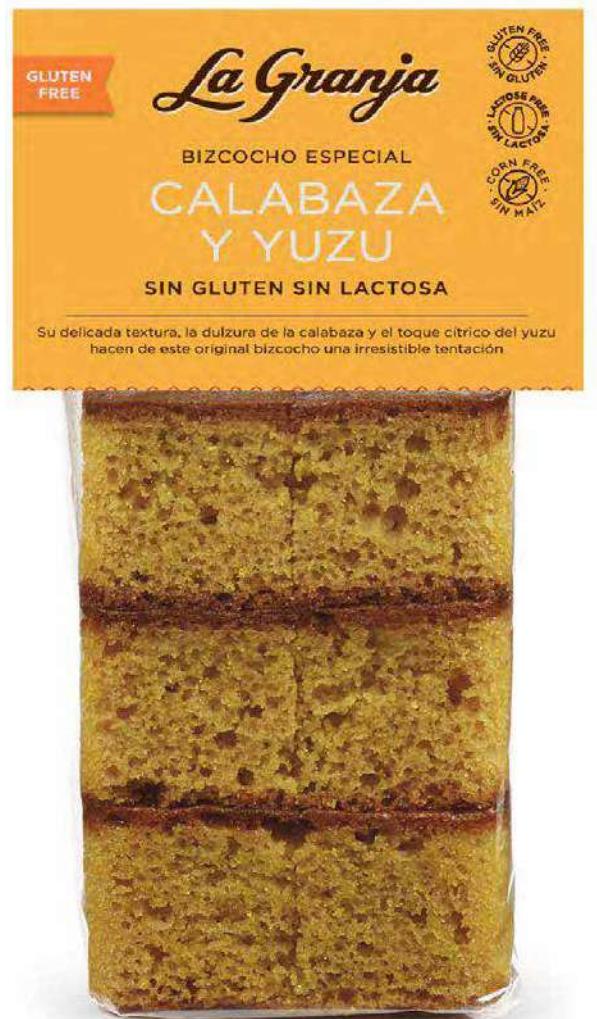
Empresa *Company*

La Granja Foods 1959 S.L.

Jennifer Sanz · Directora Comercial

Calle Trepas (Pol. Ind. Clot de Moja), 1
08734 Olèrdola / Barcelona España
+ 34 647 464 146

www.lagranjafoods.com



Sector
Lands of Spain

Pabellón
Pavilion P.1

Nº Stand
D - 199-07

A

B

C

D

F

G

H

Air Nuts

Air Nuts es un nuevo producto, rompedor sano y delicioso, un snacks elaborado con frutos secos y que se comercializa en tres variedades, almendra, pistacho y cacahuete. Para conseguirlo, hemos aplicado la tecnológica más actual e innovadora, que garantiza un producto original, sabroso, ligero y nutritivo.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación
Conveniencia: Consumo Instantáneo
Salud: Ligereza y nutrición
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Air Nuts is a new product, innovative, healthy, and delicious, a snack prepared with dried fruits and nuts and that is commercialised in three varieties, almond, pistachio, and peanuts. To achieve this, we have applied the most innovative and current technology to guarantee an original, tasty, light, and nutritive product.

TREND

Pleasure: Sophistication
Convenience: Instant Consumption
Health and Confidence: Lightness and nutrition
Sustainability: Sustainable packaging

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Pack de 60g y 50g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

9 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

10° - 30° C

Fabricante *Manufacturer*

Uriarte Iturrate S.L.U.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

05 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,10 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

AZTI

Jefe de producto *Product Manager*

Aritz Burutxaga

Empresa *Company*

Ecolumnber Group

Eduardo Martinez · CMO

Calle Bruc, 144 Principal Primera

08037 Barcelona / Barcelona España

+ 34 932 003 723

www.ecolumnbergroup.com



Sector
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
B - 125

A

B

C

D

E

F

G

H

103

ColaCao Noir

ColaCao Noir está elaborado a partir de una cuidada selección de cuatro variedades de cacao diferentes, que combinan sus sabores y aromas para crear una deliciosa bebida de cacao intenso. Tiene 0% azúcares añadidos. El cacao con el que se elabora está certificado por Rainforest Alliance, contribuyendo al cultivo de cacao sostenible y socialmente responsable y respetuoso con el medioambiente.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Calidad sensorial, Sofisticación, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación, Consumo instantáneo

Salud: Energía y bienestar

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

ColaCao Noir is made from a careful selection of four different varieties of cocoa, which combine their flavors and aromas to create a delicious intense cocoa drink. It has 0% added sugars. The cocoa with which it is made is certified by Rainforest Alliance, contributing to the cultivation of sustainable, socially responsible and environmentally friendly cocoa.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation, Instant consumption

Health and Confidence: Energy and wellness

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
300 g, bote

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
18 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*
Idilia Foods

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
10 / 2019

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
3,49 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Idilia Foods

Jefe de producto *Product Manager*
Eva Nogués y Ferran Roca

Empresa *Company*
Idilia Foods S.L.U.
Anna Morejón · Responsable de comunicación

Calle Lepanto, 410-414
08025 Barcelona / Barcelona España
+ 34 933 900 290
www.idilia.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
B - 450

Nocilla Noir

Crema de cacao de sabor más intenso, sin aceite de palma, como el resto de productos y variedades de la marca. La nueva variedad de Nocilla es un producto apto para personas celíacas o veganas, ya que no contiene ni gluten ni ningún ingrediente de origen animal (tampoco leche).

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación, Consumo instantáneo

Salud: Energía y bienestar

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Cocoa spread with a more intense flavor, without palm oil, like the rest of the brand's products and varieties. The new variety of Nocilla is a product suitable for people with celiac disease or vegans, since it does not contain gluten or any ingredient of animal origin (not even milk).

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation, Instant consumption

Health and Confidence: Energy and wellness

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Vaso de cristal, 180 g

Vida útil estimada Estimated shelf life

12 meses

Temperatura de conservación Preservation temperature

Temperatura ambiente

Fabricante Manufacturer

Idilia Foods

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

10 / 2021

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Retail

Precio aprox. Approximate price

2,59 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Idilia Foods

Jefe de producto Product Manager

Amalia Cervantes y Laura García

Empresa Company

Idilia Foods S.L.U.

Anna Morejón · Responsable de comunicación

Calle Lepanto, 410-414

08025 Barcelona / Barcelona España

+ 34 932 900 290

www.idilia.es



Sector
Grocery Foods
P.2

Pabellón Pavilion
B - 450
Nº Stand

A
B
C
D
E
F
G
H

Nocilla Cookies

Galletas con cremoso relleno de Nocilla sin aceite de palma, de masa crujiente y con deliciosas pepitas. Se presenta en dos variedades: Nocilla Cookies Original-rellenas de crema de cacao- y Nocilla Cookies Blancas-rellenas de crema blanca-. El producto se ofrece en dos formatos: las Cookies y las MiniCookies, estas ultimas son las primeras de su categoría existentes en el mercado.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas

sensaciones, etc.), Carácter lúdico

Conveniencia: Consumo instantáneo

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Cookies with a creamy Nocilla filling without palm oil, with a crunchy dough and delicious chips. It comes in two varieties: Nocilla Cookies Original -filled with cocoa cream- and Nocilla Cookies Blancas -filled with white cream-. The product is offered in two formats: Cookies and MiniCookies, the latter being the first of their existing category on the market.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.), Fun

Convenience: Instant consumption

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Cookies Formato estándar: 120 g, 6 galletas.

MiniCookies Formato estándar: 8 galletas, 64 g.

Formato 4x5: 20 galletas, 160 g.

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

9 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*

Idilia Foods

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

02 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

1 €, 1,99 €, 2,45 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Idilia Foods

Jefe de producto *Product Manager*

Amalia Cervantes y José Serrano

Empresa *Company*

Idilia Foods S.L.U.

Anna Morejón · Responsable de comunicación

Calle Lepanto, 410-414

08025 Barcelona / Barcelona España

+ 34 934 900 290

www.idilia.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
B - 450

Pan de Burger sabor trufa

Nuestro burger sabor trufa es uno de los panes especiales gourmet de Dulcesol. Elaborado con una selección de ingredientes de calidad para que disfrutes de las recetas más deliciosas. Pruébalo y dale ese punto único a tus hamburguesas.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de preparación

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Our truffle-flavored burger bun is in Dulcesol's range of special gourmet breads. Made with quality ingredients for you to enjoy the most delicious meals. Try it and give a unique touch to your burgers.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of preparation

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
340g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
30 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Vicky Foods

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
05 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
1,50 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Vicky Foods

Jefe de producto *Product Manager*
Joaquín del Rio

Empresa *Company*
Vicky Foods Products
Alba Soler · *Trade Marketing Manager*

Avenida Alicante, 134
46702 Gandia / Valencia España
+ 34 961 021 000
www.vickyfoods.es/



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
E - 450

A

B

C

D

E

F

G

H

Just This

Horeca
Award
Innoval
2022

¡Just This es solo queso! Descubre el snack de 100% queso supercrujiente. Just This cheddar Just This emmental Just This semicurado Just This gouda & pesto Just This gouda & chilli rico en proteínas, alto en calcio, bajo en hidratos de carbono, sin azúcares, no frito, no horneado, no OMG.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Producto natural

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Just This is just cheese! Discover the super crunchy 100% cheese snack. Just This cheddar Just This emmental Just This semicurado Just This gouda & pesto Just This gouda & chilli. Rich in protein, high in calcium, low in carbs, sugar-free, not fried, not baked, non-GMO.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Natural product

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Bolsas de 0,050 kg // 13 x 21 cm

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

10° - 20° C

Fabricante *Manufacturer*

Just This

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

09 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

Dinamarca, España, Estados Unidos De América, Francia, Japón, Países Bajos, Reino Unido, Suecia

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

2,85 €/unidad

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

-

Jefe de producto *Product Manager*

Javier Coello

Empresa *Company*

Patatas Fritas Torres

Evelina Tomella · *International Sales Manager*

Calle Verneda del Congost, 4
08160 Montmeló / Barcelona España
+ 34 937 919 461

www.patatastorres.com



E

A

B

C

D

E

F

G

H

Sector
Lands of Spain

Pabellón
Pavilion P.1

Nº Stand
D - 299-05

INNOVAL 2022

HELADOS Y CONGELADOS
ICE CREAM & FROZEN FOODS

F

Proasis: Helados protéicos con probióticos

F

Proasis es una alternativa saludable y funcional: Se trata del primer helado que cuenta con Nutriscore A. Con aprox. la mitad de *Kcal y 1/4 de grasas que la competencia. Además de contar con los niveles más altos de fibra y proteínas. La incorporación de Probióticos que aportan funcionalidad al organismo para mejorar la salud digestiva. Y con un SABOR y TEXTURA exquisitos.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)
Salud: Efectos terapéuticos y alegaciones para la salud, Energía y bienestar
Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Proasis is a healthy and functional alternative: It is the first ice cream to achieve Nutriscore A. With approx. half the *Kcal and 1/4 fat less than competitors. It also has the highest levels of fibre and protein. The incorporation of Probiotics that provide functionality to the body to improve digestive health. And with an exquisite TASTE and TEXTURE.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Traditional (manufactured using traditional methods)
Health and Confidence: Therapeutic effects and health claims, Energy and wellness
Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Tarrina de 375g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

1 año

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

-18°C

Fabricante *Manufacturer*

Maximum Gelaters S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

02 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

6-6,5 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Being Foods SA

Jefe de producto *Product Manager*

Marc Castro

Empresa *Company*

Being Foods S.A

Marc Castro · COO

Calle Riu Onyar, 11 2º1^a

17004 Girona / Girona España

+ 34 676 826 553

www.proasisfoods.com



A B C D E F G H

Sector **Alimentaria Trends - Functional Foods**

Pabellón **Pavilion P.5**

Nº Stand **F - 12**

Buitoni Bella Napoli

Inspirada en la tradición Napolitana, nuestra masa fermenta durante 22h exactas para potenciar todos sus sabores, optimizando su textura. Cada pizza es única: fina y crujiente en el centro y con un borde generoso, aireado e irregular, como las de pizzería. Con Bella Napoli, BUITONI proporciona una experiencia de degustación gourmet, al estilo napolitano. BUITONI Bella Napoli, tu pizzería en casa.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Inspired by the Neapolitan tradition, our dough rests for 22 hours to reveal all its flavors and enhance its texture. Each pizza is unique: a very thin and crispy crust on the center of the pizza and a generous and irregular rim with airy texture, just like in a pizzeria. With Bella Napoli, BUITONI provides a Neapolitan-style gourmet tasting experience. BUITONI Bella Napoli: your pizzeria at home.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Traditional (manufactured using traditional methods)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
450g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
9 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
-18°C

Fabricante *Manufacturer*
Nestlé

Fabricado en *Made in*
Italia

Fecha de lanzamiento *Launching date*
03 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
4,49 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*
Mònica Riera

Empresa *Company*
Nestlé España
Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 450

F

A

B

C

D

E

F

G

H

Maxibon Jungly

Maxibon Jungly, ¡Nuestro Maxibon más salvaje! Tras el éxito de la tabletta de Nestlé Jungly, ahora se lanza en helado bajo la marca Maxibon. Sándwich de helado de chocolate con trocitos de chocolate y con trocitos de auténtica galleta Jungly y galleta Maxibon al cacao. Una combinación perfecta: Maxibon Jungly es 50% Maxibon y 50% Jungly. Una edición limitada tanto para hogar como fuera del hogar.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Consumo instantáneo

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Maxibon Jungly, our wildest Maxibon! Following the success of the Nestlé Jungly tablet, it is now being launched in ice cream under the Maxibon brand. Chocolate chip ice cream sandwich with pieces of authentic Jungly biscuit and cocoa Maxibon biscuit A perfect combination: Maxibon Jungly is 50% Maxibon and 50% Jungly. A limited edition for both home and out of home.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Instant consumption

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
90g / 140ml

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
18 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
18 meses

Fabricante *Manufacturer*
Froneri

Fabricado en *Made in*
Italia

Fecha de lanzamiento *Launching date*
02 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
5,25 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Froneri

Jefe de producto *Product Manager*
Clara Vilar

Empresa *Company*
Froneri Iberia S.L.
Maria Mateo Martínez · Marketing Brand Manager

Calle Intxerdui, 5
01250 Araia / Álava España
+ 34 963 369 500
www.helados.nestle.es



Sector *Sector*
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón *Pavilion*
P.2

Nº Stand
D - 350

F

A

B

C

D

E

F

G

H

Maxibon Waffle

Cremoso helado con caramel y sorprendente galleta de gofre. Sandwich de helado sabor a nata con trocitos salados de azúcar caramelizado con cobertura de caramel y nueva galleta tipo gofre. Una innovación tanto para hogar como fuera del hogar.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Consumo instantáneo

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Creamy ice cream with caramel and surprising waffle biscuit Cream-flavored ice cream sandwich with salty pieces of caramelized sugar with caramel coating and new biscuit waffle type. An innovation for both home and out of home.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Instant consumption

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
90g / 140ml

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
18 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
18 meses

Fabricante *Manufacturer*
Froneri

Fabricado en *Made in*
Italia

Fecha de lanzamiento *Launching date*
02 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
5,25 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Froneri

Jefe de producto *Product Manager*
Clara Vilar

Empresa *Company*
Froneri Iberia S.L.
Maria Mateo Martínez · *Marketing Brand Manager*

Calle Intxerdui, 5
01250 Araia / Álava España
+ 34 963 369 500
www.helados.nestle.es



Sector *Sector*
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón *Pavilion*
P.2

Nº Stand
D - 350

A

B

C

D

E

F

G

H

Extrême Cookie Cone

Category
Award
Innoval
2022

Innovadores conos de auténtica y crujiente galleta cookie. Cremoso helado sabor a vainilla y salsa de caramel con trozos de galletas cookies y toppings de chocolate con una galleta cookie y punta al cacao. Una innovación tanto para hogar como fuera del hogar.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Consumo instantáneo

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Innovative cones with authentic and crunchy cookie cone. Creamy vanilla ice cream with caramel sauce, cookie pieces and chocolate toppings with a cookie cone enrobed in a cookie cone with chocolate tip. Available in Retail and out of home.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Instant consumption

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

110 ml x 4 Retail, 110 ml

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

24 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

-18º C

Fabricante *Manufacturer*

Froneri Iberia

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

02 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

4,95 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Froneri

Jefe de producto *Product Manager*

Marta Gomez

Empresa *Company*

Froneri Iberia S.L.

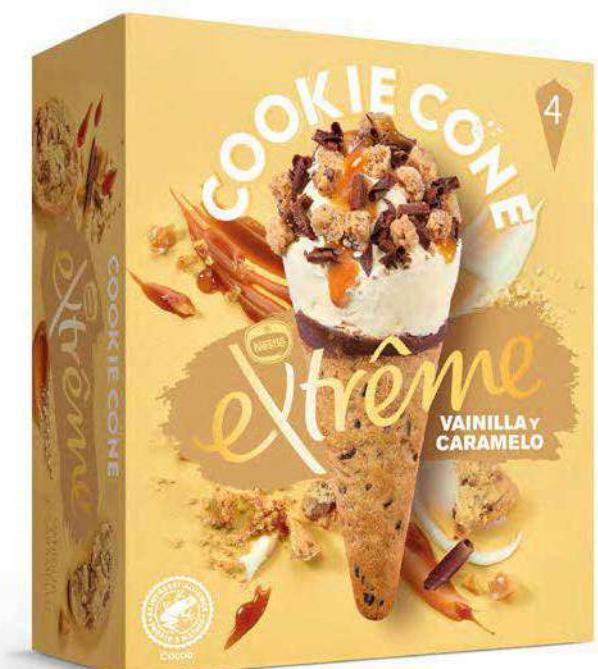
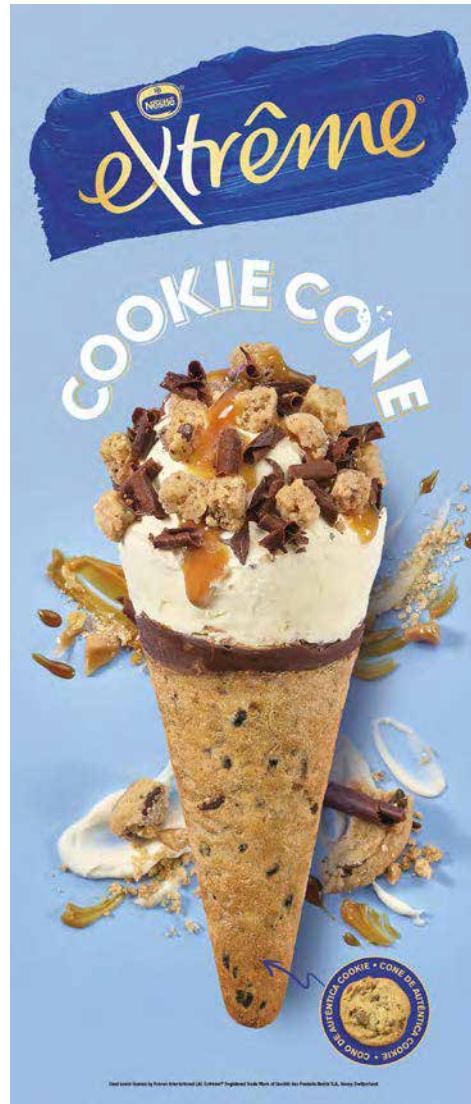
Maria Mateo Martínez · *Marketing Brand Manager*

Calle Intxerdui, 5

01250 Araia / Álava España

+ 34 962 369 500

www.helados.nestle.es



Sector *Sector*
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón *Pavilion*
P.2

Nº Stand
D - 350

F

A

B

C

D

E

F

G

H

Oreo Milka Stick Sandwich

Helado sándwich Oreo cubierto por tierno chocolate Milka. Un producto único para disfrutar fuera del hogar y en casa.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Consumo instantáneo

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Oreo Ice cream sandwich covered in Milka Alpine milk chocolate. A unique product, to enjoy out of home and at home.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Instant consumption

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
75ml / 51g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
20 meses desde la fecha de fabricación

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
-18º C

Fabricante *Manufacturer*
Froneri

Fabricado en *Made in*
Italia

Fecha de lanzamiento *Launching date*
02 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
3,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Froneri

Jefe de producto *Product Manager*
Camino Aznar

Empresa *Company*
Froneri Iberia S.L.
Maria Mateo Martínez · *Marketing Brand Manager*

Calle Intxerdui, 5
01250 Araia / Álava España
+ 34 961 369 500
www.helados.nestle.es



Sector
Snacks, Biscuits & Confection

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 350

A
B
C
D
E
F
G
H

Gama de pasta Maheso

En Maheso presentamos la nueva y exclusiva gama de pasta elaborada con queso crema Philadelphia. Se trata de unos deliciosos Canelones de verduras braiseadas y de una exquisita Lasaña Carbonara. Ambas recetas, equilibradas y cremosas, se presentan en un estuche monoración, con una bandeja especial apta para horno y microondas y ¡están listas en sólo 6 minutos al microondas!

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de preparación, Rapidez en preparación

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

At Maheso we present the new and exclusive range of pasta made with Philadelphia cream cheese. These are delicious Cannelloni with braised vegetables and an exquisite Carbonara Lasagna. Both recipes, balanced and creamy, are presented in a single serving case, with a special tray suitable for oven and microwave. They are ready in just 6 minutes in the microwave!

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of preparation, Speed in preparation

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Estuche monoración de 280g-300g

Vida útil estimada Estimated shelf life

18 meses

Temperatura de conservación Preservation temperature

- 18°C

Fabricante Manufacturer

Gedesco S.A. (Grupo Maheso)

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

10 / 2021

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Retail

Precio aprox. Approximate price

2,99 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency

D pack

Jefe de producto Product Manager

Marc Patau Garcia

Empresa Company

Gedesco S.A (Maheso)

Lídia Casadesús · Marketing manager

Avenida La Ferrería, 59-71
08110 Montcada i Reixac / Barcelona España
+ 34 935 753 032

www.maheso.com



Sector
Restaurama

Pabellón Pavilion
P.4

Nº Stand
D - 600

F

A

B

C

D

E

F

G

H

Gama green moments

En Maheso presentamos la nueva gama Geen Moments: soluciones 100% vegetales que imitan la textura, el aspecto y el sabor de referencias tradicionalmente de origen animal. Entre nuestras alternativas plant-based contamos con los Nuggets y Croquetas de proteína vegetal, los Vegan fish que imitan al pescado, los Fingers tipo queso y la Lasaña y los Canelones tipo boloñesa, entre otros.

TENDENCIA

Placer: Cosmopolitismo y exotismo, Variedad, Carácter lúdico

Conveniencia: Facilidad de preparación, Rapidez en preparación

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

At Maheso we present the new Geen Moments range: 100% plant-based solutions that mimic the texture, appearance and taste of references traditionally associated to animal origin. Among our plant-based alternatives we offer vegetable protein Nuggets and Croquettes, Vegan fish-style snacks, Cheese-type Fingers and Bolognese-type Lasagne or Cannelloni.

TREND

Pleasure: Cosmopolitanism and exoticism, Variety, Fun

Convenience: Ease of preparation, Speed in preparation

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Estuches de entre 200g-300g según la referencia

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

18 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

- 18°C

Fabricante *Manufacturer*

Gedesco S.A. (Grupo Maheso)

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

10 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,69 €/u - 3,99 €/u

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

D pack

Jefe de producto *Product Manager*

Marc Patau Garcia

Empresa *Company*

Gedesco S.A (Maheso)

Lidia Casadesús · Marketing manager

Avenida La Ferrería, 59-71

08110 Montcada i Reixac / Barcelona España

+ 34 935 753 032

www.maheso.com



Sector
Restaurama

Pabellón Pavilion
P.4

Nº Stand
D - 600

F

A

B

C

D

E

F

G

H

Brownie y Coulant Plant based Revolugreen!

Brownie plant based (vegano) Revolugreen! 350 g y 1000 g en Horeca.

Coulant plant bases (vegano) Revolugreen! 2*90 g. (Novedad en Abril 2022) sin (huevo, lactosa, colorantes, conservantes, ingredientes genéticamente modificados) y avalados por el sello V-Label.

TENDENCIA

Conveniencia: Consumo instantáneo

Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Plant based brownie (vegan) Revolugreen! 350 GR Retail , 1000 gr food service. Plant based coulant(vegan) Revolugreen! 2*90gr.

(New in april 2022) Free (egg, lactose, dyes, preservatives, genetically modified ingredients) and endorsed by the V-Label.

TREND

Convenience: Instant consumption

Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging
350 g y 2*90 g

Vida útil estimada Estimated shelf life
540 días

Temperatura de conservación Preservation temperature
Producto congelado -18º C

Fabricante Manufacturer
Revolugreen!

Fabricado en Made in
España

Fecha de lanzamiento Launching date
09 / 2021

País de comercialización Commercializing Country
España, Estados Unidos De América, Francia, Portugal

Canales de venta Commercial Channel
Horeca, Retail

Precio aprox. Approximate price
6,95 € Brownie 350 g y 3,15 € Coulant

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Desarrollo de producto: Revolugreen!

Desarrollo de diseño de packaging: La Cia.

Jefe de producto Product Manager

-

Empresa Company

Revolugreen!

Helena Arenas · Responsable de Marketing

Carretera Logroño, S/N Bajo
26120 Albelda de Iregua / La Rioja España
+ 34 941 443 032

www.revolugreen.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
C- 700

F

A

B

C

D

E

F

G

H

INNOVAL 2022

LÁCTEOS Y DERIVADOS
MILK AND DAIRY PRODUCTS

G

Oh My Cheese. Corazones de queso de Cabra con Cereza

Corazones de queso de cabra con cereza.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Consumo instantáneo

Salud: Ligereza y nutrición, Energía y bienestar

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Goats cheese hearts with cherry.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Instant consumption

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Energy and wellness

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

4 unidades x 20 g cada una (orms Corazon y Blister)

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

90 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

2C°-8C°

Fabricante *Manufacturer*

Lacteas Cobreros S.A.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

01 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

1,85 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Morillas Branding

Jefe de producto *Product Manager*

Laura Barragan Conte

Empresa *Company*

Grupo TGT

Laura Barragan · *Marketing Manager*

Carretera de la Vila, 4

08840 Viladecans / Barcelona España

+ 34 657 657 797

www.grupotgt.com



A

B

C

D

E

F

G

H

Sector
Interlact

Pabellón
Pavilion P.3

Nº Stand
D - 950

Ahuyentalobos Queso Madurado de Leche Cruda de Oveja

Queso de oveja madurado de leche cruda.

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Matured cheese made with raw sheep milk.

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Pieza de 3kg, Pieza de 1 Kg & Cuña de 250g

Vida útil estimada Estimated shelf life

180 días

Temperatura de conservación Preservation temperature

4C°-7C°

Fabricante Manufacturer

Enaquesa

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

12 / 2019

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Horeca, Retail

Precio aprox. Approximate price

-

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Morillas Branding

Jefe de producto Product Manager

Laura Barragan Conte

Empresa Company

Grupo TGT

Laura Barragan · Marketing Manager

Carretera de la Vila, 4

08840 Viladecans / Barcelona España

+ 34 657 657 797

www.grupotgt.com



Sector
Interlact

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
D - 950

G

A

B

C

D

E

F

G

H

Unaiak Queso Euskolabel

El queso Saroi es el antiguo queso de las montañas vascas. Este queso simbolo de la chabola del “unaia” es elaborado antigua y tradicionalmente en Euskadi. Con su mezcla de leche de vaca y oveja, este queso es bien conocido por su suave sabor.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Salud: Sello D.O.P Calidad y garantía

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

El queso Saroi es el antiguo queso de las montañas vascas. Este queso simbolo de la chabola del “unaia” es elaborado antigua y tradicionalmente en Euskadi. Con su mezcla de leche de vaca y oveja, este queso es bien conocido por su suave sabor.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Health and Confidence: Sello D.O.P Calidad y garantía

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Cuña 200g & pieza 5KG

Vida útil estimada Estimated shelf life

Pieza de 5 kg (12 meses)/ Cuña 200 gr(180 días)

Temperatura de conservación Preservation temperature

4C°-7C°

Fabricante Manufacturer

Lacteos de Karrantza S.L.

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

04 / 2021

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Horeca, Retail

Precio aprox. Approximate price

Cuña: 2,521€ / Pieza 5 kg: 9,606€

Agencia de desarrollo Product Development Agency

TGT

Jefe de producto Product Manager

Laura Barragan Conte

Empresa Company

Grupo TGT

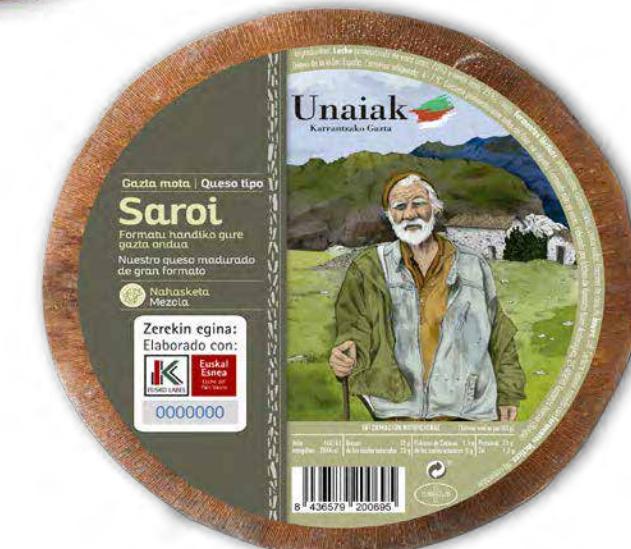
Laura Barragan · Manager

Carretera de la Vila, 4

08840 Viladecans / Barcelona España

+ 34 657 657 797

www.grupotgt.com



Sector
Interlact

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
D - 950

A
B
C
D
E
F
G
H

Roncari Blue Queso Azul de Cabra

Queso azul desmigado de oveja.

TENDENCIA

Conveniencia: Facilidad de uso, Consumo instantáneo

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación continua (versión mejorada de un producto ya existente en el mercado)

Crumbled Blue cheese Sheep's.

TREND

Convenience: Ease of use, Instant consumption

TYPE OF INNOVATION

Incremental innovation (improved version of a product existing on the market)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Tarrina de 125g

Vida útil estimada Estimated shelf life

60 días

Temperatura de conservación Preservation temperature

2C°-6C°

Fabricante Manufacturer

Lacteos de Guadamar SL

Fabricado en Made in

España

Fecha de lanzamiento Launching date

04 / 2019

País de comercialización Commercializing Country

España

Canales de venta Commercial Channel

Retail

Precio aprox. Approximate price

2,49 €

Agencia de desarrollo Product Development Agency

Morillas Branding

Jefe de producto Product Manager

Laura Barragan Conte

Empresa Company

Grupo TGT

Laura Barragan · Marketing Manager

Carretera de la Vila, 4

08840 Viladecans / Barcelona España

+ 34 657 657 797

www.grupotgt.com



Sector
Interlact

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
D - 950

A
B

C
D

E
F

G
H

Yopro

Productos altos en proteína, con 0% azúcares añadidos y 0% grasa. Contienen BCAAs y 9 aminoácidos esenciales. El surtido de YoPRO incluye yogures de cuchara, yogures bebibles y unos batidos proteicos. Aquí presentamos dos productos ganadores de gamas cuchara (sabor mantequilla de cacahuete-plátano) y bebibles (sabor fresa).

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación

Salud: Ligereza y nutrición, Energía y bienestar, Garantía / Sello de calidad (D.O ...)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

High in protein products with 0% added sugars and 0% fat. They also contain BCAAs and 9 essential aminoacids. YoPRO's portfolio includes spoonable & drinkable yoghurts as well as shakes. Here, we present two of our winning products in our spoonable (flavor peanut butter-banana) and drinkable (flavor strawberry) ranges.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Energy and wellness, Guarantee/Quality mark (DO ...)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Cuchara x2 160 g / Bebible x1 300 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

45 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

2º - 6º C

Fabricante *Manufacturer*

Danone

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

01 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

2,09 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

-

Jefe de producto *Product Manager*

-

Empresa *Company*

Danone S.A.

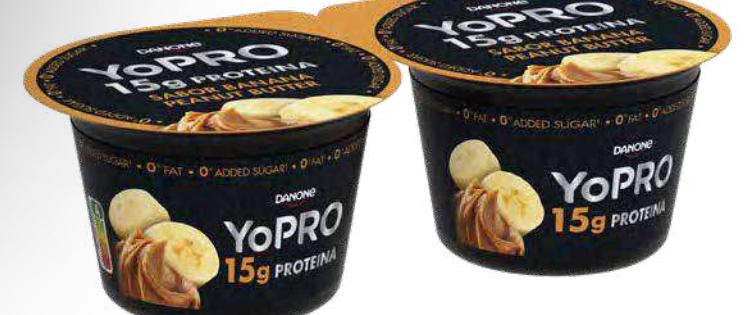
Karine Deboudre - Assistant VP Sales Iberia

Calle Buenos Aires, 21

08029 Barcelona / Barcelona España

+ 34 622 048 084

www.danone.com



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 500

Be Balance by Be Plus

Be Balance es un innovador proyecto desarrollado junto a la Universidad Politécnica de Valencia que ofrece al consumidor una bebida totalmente diseñada según sus necesidades en base a un estudio genético, uno de hábitos de dieta y otro de estilo de vida. Be Plus muestra el camino de la alimentación del futuro, orientada a las personas que buscan soluciones individualizadas y fáciles de consumir.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Salud: Ligereza y nutrición, Energía y bienestar

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Be Balance is an innovative project developed together with the Polytechnic University of Valencia that offers consumers a drink that is designed according to their specific needs. This is based on a genetic study, dietary habits and lifestyle. Be Plus paves the way to the food of the future, aimed at people who are looking for customised and easy-to-consume solutions.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Energy and wellness

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
250 ml

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
60d

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Vicky Foods

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
3 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Vicky Foods

Jefe de producto *Product Manager*
Joaquín del Río

Empresa *Company*
Vicky Foods Products
Alba Soler · Trade Marketing Manager

Avenida Alicante, 134
46702 Gandia / Valencia España
+ 34 961 021 000
www.vickyfoods.es/

Category Award
Innoval 2022

Trends Award
Salud y confianza
Health and confidence
Innoval 2022



Sector Sector
Grocery Products Pabellón Pavilion
P.2 N° Stand
E - 450

G

A

B

C

D

E

F

G

H

Yosoy Barista

Gama de bebidas vegetales pensadas especialmente para combinar con el café. Por su sabor suave, su textura más cremosa y su extra de espuma para dar rienda suelta al mejor “arte latte vegetal”. Además no contienen aditivos y no se cortan con el café.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Plant-based drinks range specially designed to combine with coffee. With mild taste, creamier texture and extra frothiness than conventional drinks, these barista products let you to create the best plant-based latte art. Their formula have no additives and they don't curdle with coffee.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Tetrabrik 1Litro. Peso: 1,060 kg. Medidas 7,1x7,2x20,5 cm

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Ambiente. Pero una vez abierto conservar en frigorífico 3º .

Fabricante *Manufacturer*

Liquats Vegetals S.A.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

09 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

1,70 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Desarrollo del producto: Liquats Vegetals.

Diseño del packaging: Genialidades

Jefe de producto *Product Manager*

Olivia Santana

Empresa *Company*

Liquats Vegetals S.A.

Elena Perez · *Brand Manager*

Carretera Carretera de Vic, km 1,23

17406 Viladrau / Girona España

+ 34 628 107 658

www.liquats.com



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
C - 350

A
B
C
D
E
F
G
H

Kéfir para untar

El primer Kéfir para untar del mercado. Quescrem Kéfir puede utilizarse directamente untado como cualquier queso crema o bien en la cocina en múltiples elaboraciones dulces y saladas. Con tan solo 5 ingredientes, Quescrem Kéfir está elaborado con fermentos de kéfir, es un producto 100% natural sin estabilizantes ni conservantes, y tiene un alto valor proteico.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Cosmopolitismo y exotismo, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Consumo instantáneo

Salud: Ligereza y nutrición, Energía y bienestar, Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

The first spreadable Kefir on the market. Quescrem Kefir can be used directly spread like any cream cheese or in the kitchen in multiple sweet and savory preparations. With only 5 ingredients, Quescrem Kéfir is made with kefir ferments, it is a 100% natural product without stabilizers or preservatives, and it has a high protein content.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Cosmopolitanism and exoticism, Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Instant consumption

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Energy and wellness, Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Disponible en varios formatos según canal de venta 150 g - 500 g - 2 kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

180 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

2º - 8º C

Fabricante *Manufacturer*

Quescrem (Innolact S.L.)

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

10 / 2019

País de comercialización *Commercializing Country*

Arabia Saudita, Bélgica, China, Corea Del Sur, España, Francia, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

1,59 € - 4,75 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Quescrem

Jefe de producto *Product Manager*

Rocío Arias

Empresa *Company*

Quescrem

Pedro Ibáñez · Técnico culinario y de trade marketing

Polígono Castro Riberas de Lea, 55 - 57

27260 Castro de Rei Lugo / España

+ 34 686 436 156

www.quescrem.es



Sector
Interlact

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
G - 915

Els Músics de Llet Nostra

Els Músics nacen de un claro espíritu colaborativo y cuentan con la participación de más de 490 productores del sector ganadero, agrícola y apícola de todo Cataluña. Llet Nostra, Muria, Infrusec y Masachs colaboran con el crecimiento del sector primario catalán, fomentan los productos de proximidad y de calidad, así como la tradición gastronómica del país. Una receta de alto valor nutricional.

TENDENCIA

Placer: Tradicional (elaborada con métodos tradicionales)
Conveniencia: Consumo instantáneo
Salud: Producto natural
Sostenibilidad: Value-chain

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Els Músics are born of a clear collaborative spirit and have the participation of more than 490 producers of the livestock, agricultural and bee-keeping sectors of all Catalonia. Llet Nostra, Muria, Infrusec and Masachs collaborate in the growth of the Catalan primary sector, boost local and quality products, as well as the gastronomic tradition of the country. A recipe of high nutritional value.

TREND

Pleasure: Traditional (manufactured using traditional methods)
Convenience: Instant consumption
Health and Confidence: Natural product
Sustainability: Value-chain

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
0,117 kg. Medida 95x60 cm (unidad de venta).

Envase + Top Cup + Sobre de miel

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
30 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
2º - 6º C

Fabricante *Manufacturer*
Muria + Infrusec + Masachs + Llet Nostra

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
11 / 2019

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*
1.99-2.45€/ud

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Interno

Jefe de producto *Product Manager*
Gemma Franco

Empresa *Company*
Llet Nostra Alimentària S.L.
Gemma Franco · Responsable Marketing y Comunicación

Calle Valencia, 3B bajos, Pabellón Central
08015 Barcelona / Barcelona España
+ 34 932 265 794

www.lletnostra.cat



Sector
Lands of Spain

Pabellón Pavilion
P.1

Nº Stand
D - 251-07

A

B

C

D

E

F

G

H

Rulo de cabra. Todo el sabor con Omega 3 y Antioxidantes

Rulo de queso de cabra con corteza enmohecida (penicillium). Tiene menos grasa saturada y más omega 3 y antioxidantes obtenidos gracias a la mejora de la alimentación de los animales de forma natural, sin ser añadidos. Sabor extraordinario, aspecto delicado, textura suave y cremosa. Medalla de Plata en World Cheese Awards 2021. Envase 100% biodegradable. Disfruta más del queso mientras te cuidas.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.), Carácter lúdico

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Ligereza y nutrición, Efectos terapéuticos y alegaciones para la salud, Producto natural, Garantía / Sello de calidad (D.O ...)

Sostenibilidad: Packaging Sostenible, Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción), Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Roll of goat cheese with mouldy rind (penicillium). It has less saturated fat and more omega 3 and antioxidants obtained thanks to the natural improvement of animal feed, without being added. Extraordinary taste, with a delicate appearance, smooth and creamy texture. Silver Medal at World Cheese Awards 2021. 100% biodegradable packaging. Enjoy more the cheese while you take care of yourself.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.), Fun

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Therapeutic effects and health claims, Natural product, Guarantee/Quality mark (DO ...)

Sustainability: Sustainable Packaging, Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process), Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
150 g, 180 g, 1 kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
8 semanas

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
4º C

Fabricante *Manufacturer*
Lodyn S.L.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
01 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Lodyn S.L.

Jefe de producto *Product Manager*
Juan Carlos Rodríguez Lozano

Empresa *Company*
Lodyn S.L.
Daniel Higes Carrión · Manager Comercial

Avenida Tablas de Daimiel, 1, 4D
13004 Ciudad Real / Ciudad Real España
+ 34 689 359 822

www.lodynmilky.net



Sector
Lands of Spain

Sector
Pabellón Pavilion P.1

Nº Stand
**F - 651-1 (Level 0)
(Castilla-La Mancha)**

Crema de queso puro de cabra

Deliciosa crema de queso de sabor suave con menos grasa saturada y más omega 3 y antioxidantes obtenidos de forma natural gracias a la mejora natural de la alimentación de los animales, sin ser añadidos. Puede ayudar a equilibrar el colesterol, prevenir inflamaciones y fortalecer el sistema inmune. Se conserva a temperatura ambiente y permite tomar lácteos saludables en cualquier momento del día.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.), Carácter lúdico

Conveniencia: Facilidad de uso

Salud: Ligereza y nutrición, Efectos terapéuticos y alegaciones para la salud, Energía y bienestar, Producto natural, Garantía / Sello de calidad (D.O ...)

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Delicious cream cheese with a mild flavor with less saturated fat and more omega 3 and antioxidants naturally obtained thanks to the natural improvement of animal feed, without being added. It can help balance cholesterol, prevent inflammation, and strengthen the immune system. It is kept at room temperature and allows you to take healthy dairy products at any time of the day.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Variety (new flavours, new sensations, etc.), Fun

Convenience: Ease of use

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Therapeutic effects and health claims, Energy and wellness, Natural product, Guarantee/Quality mark (DO ...)

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOCATION Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

3x25 g / 30x25 g / 110 g / 750 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Temperatura ambiente

Fabricante *Manufacturer*

Lodyn S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

01 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Lodyn S.L.

Jefe de producto *Product Manager*

Juan Carlos Rodríguez Lozano

Empresa *Company*

Lodyn S.L.

Daniel Higes Carrión · Manager Comercial

Avenida Tablas de Daimiel, 1, 4D
13004 Ciudad Real / Ciudad Real España
+ 34 689 359 822

www.lodynmilk.net



Sector
Lands of Spain
P.1

Pabellón Pavilion
P.1

Nº Stand
F - 651-1 (Level 0)

La Lechera; Ideal Veggie

Nestlé lanza dos innovadoras referencias veganas. La Lechera Veggie una alternativa para hacer postres veganos caseros e Ideal Avena una base vegetal para cocinar salsas y cremas ligeras, elaborada a base de avena integral (8%) procedente de agricultura ecológica. Ambas 100% de origen vegetal, a base de avena y con certificado vegano.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Nestlé launches two innovative vegan products. La Lechera Veggie is an alternative for baking vegan dessert Ideal Avena is a vegetable base for cooking light sauces and creams, made from integral oats (8%) from organic farming. Both are 100% vegetal, made from oat and are vegan certified.

TREND

Pleasure: Sophistication

TYPE OF INNODATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
200-370g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
9 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Nestlé

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
08 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
1,5-2,5 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*
Mercedes Osuna/ Belén Sala

Empresa *Company*
Nestlé España
Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

A
B
C
D
E
F
G
H

La Lechera Espuma de leche

LA ESPUMA DE LECHE LA LECHERA es una espuma de leche ligera y cremosa, sin azúcares añadidos. Se presenta en botella de 260g, de conservación a temperatura ambiente y no requiere refrigeración incluso después de abierta. Es fácil de usar y de limpiar.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Facilidad de uso

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

La Lechera Milk Foam is light and creamy, without added sugars. Its 260g bottle does not require refrigeration even after opening and is easy to use and clean.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Ease of use

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
260g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
9 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Ambiente. Lugar fresco y seco.

Fabricante *Manufacturer*
Nestlé

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
01 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
2,3 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*
Belen Sala

Empresa *Company*
Nestlé España
Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2
08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España
+ 34 608 399 012
www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 450

A

B

C

D

E

F

G

H

INNOVAL 2022

PRODUCTOS FRESCOS Y REFRIGERADOS NO LÁCTEOS *NON-DAIRY FRESH AND CHILLED PRODUCTS*

H

OvoPlus

Huevo líquido pasteurizado, elaborado con huevo fresco (max. 24 h), con -70% de colesterol y -45% de calorías, sin ningún tipo de aditivo ni conservante que permite elaborar comidas más sabrosas y saludables.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Tradicional (elaborada con métodos tradicionales), Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación

Salud: Ligereza y nutrición, Producto natural, Producto ecológico

Sostenibilidad: Packaging Sostenible, Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción), Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Pasteurized liquid egg, made with fresh egg (max. 24 h), -70% cholesterol -45% calories, no additives, no preservatives, which let cook more healthy and tasty foods.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Traditional (manufactured using traditional methods), Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Natural product, Organic product

Sustainability: Sustainable Packaging, Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process), Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Retail: Botellín RPET 100% 300 ml, 0,339 kg;

Horeca: Brick 1 kg: 1,030 kg; Botella RPET 100% 1 l: kg: 1,030 kg.

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

49 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0° - 4° C

Fabricante *Manufacturer*

Álvarez Camacho S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

12 / 2020

País de comercialización *Commercializing Country*

España, Francia, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

Retail: botellín RPET 300 ml (6 huevos)- 1,50 €

Horeca: formato 1 kg: 2,37 €/kg

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Desarrollo propio

Jefe de producto *Product Manager*

Luis Álvarez

Empresa *Company*

Álvarez Camacho S.L.

Jordi Mas · Director General

Calle Enrique Camacho Carrasco, 48

41620 Marchena / Sevilla España

+ 34 955 846 352

www.ovoplus.es



Sector
Restaurama

Pabellón Pavilion
P.6
Nº Stand
E - 501

A
B
C
D
E
F
G
H

Las Jellys - Cócteles de gelatina

Las Jellys son cocktails que no se toman en una copa, sino de un bocado explosivo, ya que son una esferificación líquida envuelta en suave gelatina. Actualmente, hay disponibles 10 recetas clásicas (como el Manhattan o la Margarita), elaboradas con ingredientes de primera calidad. El producto está pensado para el delivery ya que se venden en cajas de 12 unidades (de 19º) protegidas por un blíster.

TENDENCIA

Placer: Cosmopolitismo y exotismo, Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.), Carácter lúdico

Conveniencia: Facilidad de uso, Consumo instantáneo

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Las Jellys are cocktails that are not served in a glass but in an explosive bite, since they are a liquid spherification wrapped in soft gelatin. Currently, there're 10 classic recipes available (such as the Manhattan or the Margarita) all made with top-quality ingredients and with an alcohol content of 19%. The product is designed for delivery as it is sold in 12-unit boxes protected by a blister.

TREND

Pleasure: Cosmopolitanism and exoticism, Variety (new flavours, new sensations, etc.), Fun

Convenience: Ease of use, Instant consumption

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Cajas de 12 unidades (600 g)

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

7 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

0°-10°C

Fabricante *Manufacturer*

Jellys Unexpected Drinks S.L.

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

08 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

25,9€ (12 unidades)

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Jellys Unexpected Drinks S.L.

Jefe de producto *Product Manager*

Pablo Quijano

Empresa *Company*

Jellys Unexpected Drinks S.L.

Daniel Roig · Co-founder

Calle Muntaner, 85

08036 Barcelona / Barcelona España

+ 34 651 066 784

www.lasjellys.com



Sector
Lands of Spain

Pabellón
Pavilion P.1

Nº Stand
D - 251

A
B
C
D
E
F
G
H

Santy's

La gama Santy's está compuesta por productos plant based Picadillo 100% vegetal con aspecto de carne picada animal, saborizada y lista para consumir. Un producto innovador, elaborado con proteína de guisante y otros vegetales. Sostenible, sabroso y saludable. Y los Bocados vegetales, con sabores tanto cárnicos como de pescado.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de preparación, Rapidez en preparación, Consumo instantáneo
Salud: Energía y bienestar
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

The Santy's is a range of different plant based products Minced vegetable meat with the appearance of minced animal meat, flavored and ready to eat. An innovative product, made with pea protein and other vegetables. Sustainable, tasty and healthy. And the Vegetable Chunks, with both meat and fish flavors.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of preparation, Speed in preparation, Instant consumption
Health and Confidence: Energy and wellness
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Diferentes formatos. Bandejas y bolsas (de 160 g a 2,5 kg).

Formato industrial también disponible

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

Congelado 12 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

-18°C y refrigerado

Fabricante *Manufacturer*

Alimentos Sanygran

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

03 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Sanygran

Jefe de producto *Product Manager*

-

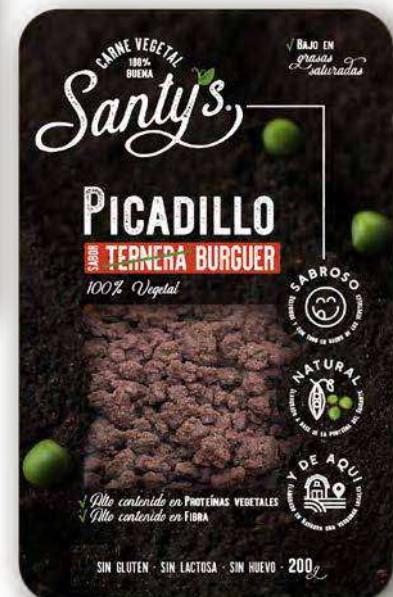
Empresa *Company*

Alimentos Sanygran S.L.

María Cuairán Calvo · Comunicación y Desarrollo de Negocio

Via Vial B, 27 – Polígono Municipal, Vial B
31500 Tudela / Navarra España
+ 34 640 256 877

www.sanygran.com



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 331

A
B
C
D
E
F
G
H

Garden Gourmet Vuna

Vuna es una alternativa 100% vegetal con todo el sabor, la textura y la apariencia del atún. Está disponible para consumidores en bote refrigerado de 175g con una receta rica en proteínas y es tan versátil que se puede incorporar en cualquier receta. Hay otra propuesta de receta para Horeca en formato congelado. Ideal para todas las aplicaciones frías y calientes de atún tradicionales.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación
Conveniencia: Rapidez en preparación
Salud: Ligereza y nutrición

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Vuna is a 100% vegetable alternative with all the taste, texture and appearance of tuna. Vuna is available to consumers in a chilled 175g jar with a recipe rich in protein and so versatile that it can be included into any recipe. There is another recipe proposal for Horeca in frozen format. Ready to eat, ideal for all traditional hot and cold tuna applications, including pizza, toppings etc.

TREND

Pleasure: Sophistication
Convenience: Speed in preparation
Health and Confidence: Weight loss and nutrition

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Bote 175g- bolsa 2 kg

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

60 días- 11 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
refrigerado (0-4º) - ultracongelado (-18º)

Fabricante *Manufacturer*

Nestlé/ Nestlé Professional

Fabricado en *Made in*

Alemania

Fecha de lanzamiento *Launching date*

01 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

Según formato

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Nestlé

Jefe de producto *Product Manager*

Alba Escartin/ Eleonora Farelo

Empresa *Company*

Nestlé España

Marta Gómez · *Innovation Project Manager*

Calle Campoamor, 2

08950 Esplugues Llobregat / Barcelona España

+ 34 608 399 012

www.nestle.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 450

A
B
C
D
E
F
G
H

Alpro

Category Award
Innoval 2022

H

Disfruta del coco en su forma más cremosa con nuestro Absolutely Coconut, elaborado con una base 100% de coco y fermentos naturales. Teletransportate al sol y la playa con su dulce sabor, eso sí, ¡bajo en azúcares! Absolutamente delicioso para tus desayunos, postres, o en cualquier momento del día. Solo o acompañado por tus frutas y cereales favoritos. Alpro, bueno para ti y para el planeta.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Consumo instantáneo
Salud: Producto natural
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Enjoy coconut in its creamiest form with our Absolutely Coconut, made with a 100% coconut base and natural ferments. Teleport yourself to the sun and the beach with its sweet flavor, but yes, naturally low in sugar! Absolutely delicious for your breakfasts, desserts or at any time of the day. Alone or accompanied by your favorite fruits and cereals. Alpro, good for you and for the planet.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Instant consumption
Health and Confidence: Natural product
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOCATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
350 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
45 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
Consevar en frío a máx. 7°C. Una vez abierto, conservar en el frigorífico hasta 5 días.

Fabricante *Manufacturer*
Danone

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
01 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

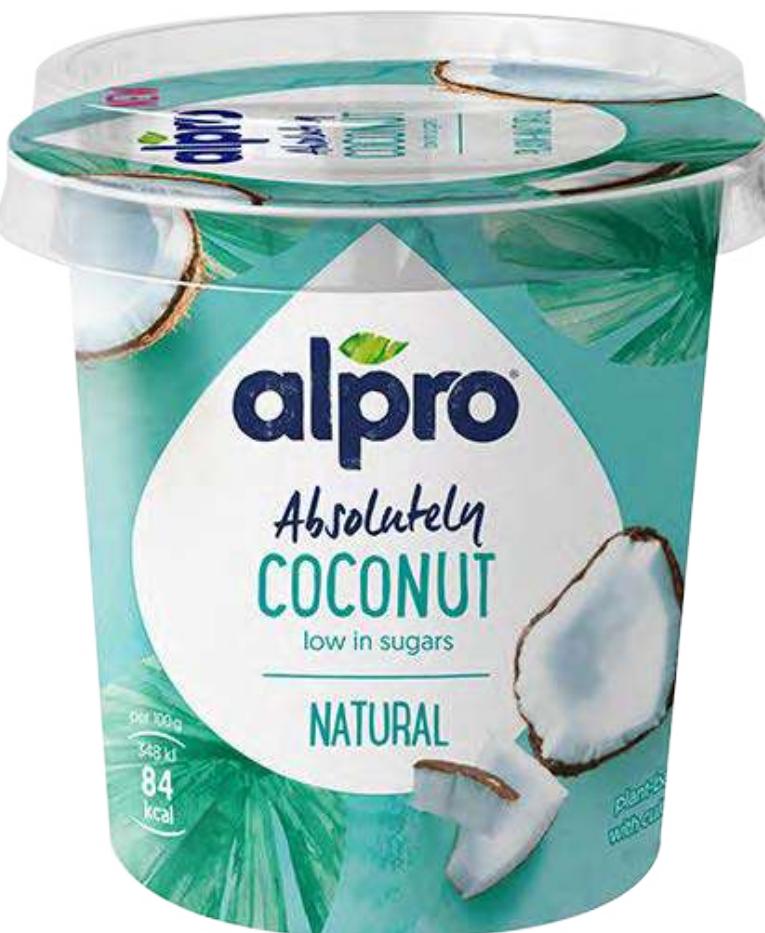
Precio aprox. *Approximate price*
2,19 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Alpro / Danone

Jefe de producto *Product Manager*
-

Empresa *Company*
Danone S.A.
Karine Deboudieu · Assistant VP Sales Iberia

Calle Buenos Aires, 21
08029 Barcelona / Barcelona España
+ 34 620 048 084
www.danone.com



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
D - 500

A
B
C
D
E
F
G
H

FoieGood Escalopes

Los Escalopes de Pato FoieGood están elaborados a base de hígado de pato, no cebado. De textura mantecosa y sabor intenso. Son una excelente alternativa al foie gras tradicional, conteniendo un 40% menos de kilocalorías y un 67% menos de grasas saturadas. Los patos de FoieGood se crían al aire libre, sin prisa, sin jaulas y sin cebo forzado.

TENDENCIA

Conveniencia: Facilidad de preparación

Sostenibilidad: Packaging Sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

FoieGood Duck Escalopes are made from duck liver, not fattened. A delicacy with buttery texture and intense flavor. They are a great alternative to traditional foie gras, containing 40% less kilocalories and 67% less saturated fat. FoieGood ducks are raised outdoors, with space to roam freely and access to open water, are allowed to grow slowly, and we never use cages or force-feeding methods.

TREND

Convenience: Ease of preparation

Sustainability: Sustainable Packaging

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto Weight & Packaging

Flat skin 60g y 120g

Vida útil estimada Estimated shelf life

30 días

Temperatura de conservación Preservation temperature
0-5°C

Fabricante Manufacturer

Canard S.A.

Fabricado en Made in
España

Fecha de lanzamiento Launching date
04 / 2022

País de comercialización Commercializing Country

Alemania, Arabia Saudita, Austria, Bahamas, Baréin, Bélgica, Chile, Colombia, Dinamarca, Emiratos árabes Unidos, España, Finlandia, Francia, Hong Kong, Irlanda, Italia, Japón, Kuwait, Luxemburgo, México, Noruega, Países Bajos, Portugal, Qatar, Reino Unido, República Dominicana, Suecia, Suiza

Canales de venta Commercial Channel
Horeca, Retail

Precio aprox. Approximate price

Escalopes de Pato 60g - 2 escalopes: 5,80 g

Escalopes de Pato 120g - 4 escalopes: 11,60 g

Agencia de desarrollo Product Development Agency
Canard S.A.

Jefe de producto Product Manager
Corin Nikoleiski y Vanesa Revilla

Empresa Company

Canard S.A.

Antonio Castilla · Director Comercial

Polygon La Solanilla, s/n
42146 Abejar / Soria España
+ 34 975 373 329

www.foiegood.com



Sector
Intercarn

Pabellón Pavilion
P.3

Nº Stand
A - 811

H

A

B

C

D

E

F

G

H

Chorizo vegetal Burger

Heura® es parte de una nueva generación de proteínas 100% vegetales elaboradas a partir de legumbres sin comprometer el sabor ni la textura. Directo del Mediterraneo, Heura Chorizo permite disfrutar de lo mejor del patrimonio culinario tradicional español, de una forma más saludable y sostenible.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción), Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación radical (nuevo producto desconocido por el mercado objetivo y que utiliza una nueva tecnología)

Heura® is part of a new generation of 100% plant proteins made from legumes (soya beans) without compromising on the taste or texture. Direct from the Mediterranean, Heura Chorizo allows you to enjoy the best of Spain's traditional culinary heritage, in a healthier and more sustainable way.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process), Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Radical innovation (new product unknown to the target market and using new technology)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

220 g Choriburger y 216 g Chorizo

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

18 días refrigerado / 1 año congelado

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Refrigerado 4 grados / Congelado -18 grados

Fabricante *Manufacturer*

Heura

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

02 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

3,99 € - 4,49 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Heura

Jefe de producto *Product Manager*

Heura

Empresa *Company*

Heura Foods

Jon Martinez · *Trade Marketing Manager*

Calle Passatge de Gaiolà, 13
08013 Barcelona / Barcelona España
+ 34 655 045 939

heurafoods.com



Sector
Grocery Foods

Sector
Pavilion P.2

Nº Stand
G - 425

A
B
C
D
E
F
G
H

Picada

Heura® es parte de una nueva generación de proteínas 100% vegetales elaboradas a partir de legumbres sin comprometer el sabor ni la textura. Directa del Mediterraneo, nuestra Carne Picada es nuestra receta más versátil. Prepara boloñesas, lasañas, verduras rellenas. Un sin fin de deliciosas recetas. Para cocinar contigo un mundo más sabroso, justo y sostenible.

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación, Rapidez en preparación

Salud: Ligereza y nutrición, Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción), Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Heura® is part of a new generation of 100% plant proteins made from legumes without compromising on the taste or texture. Direct from the Mediterranean, Heura Mince is our most versatile recipe. Prepare bolognese, lasagna, stuffed vegetables...and endless delicious recipes. To cook with you a tastier, fairer and more sustainable world.

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation

Health and Confidence: Weight loss and nutrition, Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process), Sustainable Product.

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

250 g Refrigerado y congelado

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

20 días refrigerado / 1 año congelado

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Refrigerado 4 grados / Congelado -18 grados

Fabricante *Manufacturer*

Heura

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

03 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

4,49 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Heura

Jefe de producto *Product Manager*

Heura

Empresa *Company*

Heura Foods

Jon Martinez · *Trade Marketing Manager*

Calle Passatge de Gaiolà, 13
08013 Barcelona / Barcelona España
+ 34 655 045 939

heurafoods.com



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
G - 425

Empanados

Heura® es parte de una nueva generación de proteínas 100% vegetales elaboradas a partir de legumbres sin comprometer el sabor ni la textura. Increíblemente crujientes y sabrosos, nuestra gama de Empanados Heura son la solución perfecta de una forma más saludable y sostenible.

TENDENCIA

Placer: Sofisticación

Conveniencia: Facilidad de uso, Facilidad de preparación

Rapidez en preparación

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción), Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Heura® is part of a new generation of 100% plant proteins made from legumes without compromising on the taste or texture. Incredibly crunchy and savoury, our Heura Breaded range are the perfect solution in a healthier and more sustainable way.

TREND

Pleasure: Sophistication

Convenience: Ease of use, Ease of preparation, Speed in preparation

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process), Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
220g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

18 días refrigerado / 1 año congelado

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

Refrigerado 4 grados / Congelado -18 grados

Fabricante *Manufacturer*

Heura

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

05 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*

3,99 € - 4,49 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Heura

Jefe de producto *Product Manager*

Heura

Empresa *Company*

Heura Foods

Jon Martinez · *Trade Marketing Manager*

Calle Passatge de Gaiolà, 13

08013 Barcelona / Barcelona España

+ 34 655 045 939

heurafoods.com



A
B
C
D
E
F
G
H

Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
G - 425

Coliflow Pizza de Coliflor

Pizza con base de coliflor.

TENDENCIA

Placer: Cosmopolitismo y exotismo

Conveniencia: Rapidez en preparación

Salud: Efectos terapéuticos y alegaciones para la salud, Energía y bienestar

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Cauliflower base pizza.

TREND

Pleasure: Cosmopolitanism and exoticism

Convenience: Speed in preparation

Health and Confidence: Therapeutic effects and health claims,

Energy and wellness

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

400g refrigerada envasada al semi vacío

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

35 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

3º C

Fabricante *Manufacturer*

Pizza artesana

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España, Portugal

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,99 € - 4,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Chef sam

Jefe de producto *Product Manager*

Alba Sanchez-Vicario

Empresa *Company*

Cooking New markets S.L.

Alba Sanchez · Marketing

Avenida Diagonal, 423 Principal 1^a
08036 Barcelona / Barcelona España
+ 34 657 804 709

www.thecoliflow.com



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
E - 350

Sojasun Base de Coco

Sojasun Base de coco. Sabor natural con trocitos de coco. Postre fermentado de leche de coco, azucarado y aromatizado.

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Sojasun Base of coconut. Natural flavor with pieces of coconut. Fermented coconut milk dessert, sweetened and flavoured.

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

2x125 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

-

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

2º - 6º C

Fabricante *Manufacturer*

Triballat Noyal

Fabricado en *Made in*

Francia

Fecha de lanzamiento *Launching date*

04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Retail

Precio aprox. *Approximate price*

2,59 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Triballat Noyal

Jefe de producto *Product Manager*

Lénaïse Le Lay

Empresa *Company*

Triballat España

Sandra Romeral · *Trade Marketing*

Calle Casas de Miravete, 24B 3^a planta, Oficina 1

28031 Madrid/ Madrid España

+ 34 918 444 058

www.sojasun.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
B - 635

Sojasun Base de Almendra

Sojasun Base de almendra. Presentado en 2 sabores: natural y fresa.

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Almond base. Presented in 2 flavors: natural and strawberry.

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
2x125 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
-

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
2º - 6º C

Fabricante *Manufacturer*
Triballat Noyal

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
2,59 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Triballat Noyal

Jefe de producto *Product Manager*
Lénaïse Le Lay

Empresa *Company*
Triballat España
Sandra Romeral · *Trade Marketing*

Calle Casas de Miravete, 24B 3^a planta, Oficina 1
28031 Madrid / Madrid España
+ 34 917 444 058
www.sojasun.es



A

B

C

D

E

F

G

H

Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
B - 635

Sojasun Base de Soja

Sojasun Base de soja. Nueva imagen! Disfruta del placer vegetal con la marca pionera en productos de soja. Sojasun cuenta con varias gamas y un amplio surtido de sabores: naturales, frutas, bífidus, ecológicos, postres y, además, la primera gama de Griegos Vegetales.

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación continuada (versión mejorada de un producto ya existente en el mercado)

Sojasun Soy base. New look! Enjoy the vegetable pleasure with the pioneer brand in soy products. Sojasun has several ranges and a wide range of flavors: natural, fruits, bifidus, organic, desserts and, in addition, the first range of Greek Vegetables.

TYPE OF INNOVATION

Incremental innovation (improved version of a product existing on the market)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
4x100 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

-

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
2º - 6º C

Fabricante *Manufacturer*

Triballat Noyal

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
04 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
2,29 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Triballat Noyal

Jefe de producto *Product Manager*
Lénaïse Le Lay

Empresa *Company*
Triballat España
Sandra Romeral · *Trade Marketing*

Calle Casas de Miravete, 24B 3^a planta, Oficina 1
28031 Madrid / Madrid España
+ 34 916 444 058
www.sojasun.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
B - 635

A
B
C
D
E
F
G
H

Veggian embutido crudo curado

La propuesta de Ctic Cita para el consumidor veggie, y flexitarianos. Un producto crudo-curado fermentado de origen 100% vegetal que sigue el proceso de elaboración tradicional, conservando el sabor y la apariencia de su homólogo cárnico de origen animal. Una fórmula 100% personalizable en cuanto a formato, ingredientes y perfil nutricional (sal y grasa).

TENDENCIA

Placer: Variedad (nuevos sabores, nuevas sensaciones, etc.)
Conveniencia: Facilidad de preparación, Rapidez en preparación, Consumo instantáneo
Salud: Energía y bienestar
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación de mejora significativa (producto nuevo con mejoras destacadas en su concepción, composición, calidad, tecnología, diseño, envase, etc.).

Ctic Cita's proposal for the veggie consumer, including both vegans, vegetarians, and flexitarians. A 100% vegetable fermented raw-cured product that follows the traditional production process, preserving the taste and appearance of its animal-based meat counterpart. A 100% customizable formula in terms of format, ingredients and nutritional profile (salt and fat).

TREND

Pleasure: Variety (new flavours, new sensations, etc.)
Convenience: Ease of preparation, Speed in preparation, Instant consumption
Health and Confidence: Energy and wellness
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Significant improvement (new product with noteworthy improvements in concept, composition, quality, technology, design, packaging, etc.).

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*

Sarta de 200-250 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*

De 1 a 3 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*

17° - 21° C

Fabricante *Manufacturer*

Ctic Cita

Fabricado en *Made in*

España

Fecha de lanzamiento *Launching date*

06 / 2022

País de comercialización *Commercializing Country*

España

Canales de venta *Commercial Channel*

Horeca, Retail, Impulso

Precio aprox. *Approximate price*

-

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*

Centro Tecnológico Agroalimentario Ctic Cita

Jefe de producto *Product Manager*

-

Empresa *Company*

Alimentos Sanygran S.L.

María Cuairán Calvo · Comunicación y Desarrollo de Negocio

Via Vial B, 27 – Polígono Municipal, Vial B

31500 Tudela / Navarra España

+ 34 639 256 877

www.sanygran.com



A
B
C
D
E
F
G
H

Sector
Grocery Foods

Pabellón Pavilion
P.2

Nº Stand
D - 331

Alternativa al queso a base de bebida vegetal fermentado

Flax & Kale lanza su nueva gama de alternativas al queso fermentadas a base de bebida vegetal y abre la puerta a nuevos procesos de fabricación de esta categoría de productos. Este proceso permite obtener, en el caso de Creamy, una tabla nutricional baja en calorías y grasas saturadas, además de un alto contenido en proteínas y, en el caso de la alternativa estilo semi-curado, un sabor intenso parecido al del queso de origen animal. ¡Pruébalos!

TENDENCIA

Placer: Sofisticación
Conveniencia: Facilidad de uso
Salud: Ligereza y nutrición
Sostenibilidad: Producto sostenible

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Flax & Kale launches its new range of plant-based fermented cheese alternatives and opens the door to new manufacturing processes for this product category. This process allows to obtain, in the case of Creamy, a nutritional table low in calories and saturated fat, as well as a high protein content and, in the case of the semi-cured style alternative, an intense flavour similar to that of cheese of animal origin. Try them!

TREND

Pleasure: Sophistication
Convenience: Ease of use
Health and Confidence: Weight loss and nutrition
Sustainability: Sustainable Product

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
125 g - 250 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
3 meses

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
0° - 4°C

Fabricante *Manufacturer*
Teresa Carles Healthy Foods S.L.

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
12 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Horeca, Retail

Precio aprox. *Approximate price*
2,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Agencia Interna

Jefe de producto *Product Manager*
Jordi Barri

Empresa *Company*
Teresa Carles Healthy Foods

Enrique Carbonell · *Brand Manager*

Calle Tallers, 77, 4a
08022 Barcelona / Barcelona España
+ 34 648 179 385

www.flaxandkale.com



Sector *Sector*
Alimentaria Trends - Free from

Pabellón *Pavilion*
P.2

Nº Stand
B - 340

A
B
C
D
E
F
G
H

Pizza Fresca Masa Fermentación Lenta

Siguiendo su espíritu innovador Casa Tarradellas presenta las nuevas pizzas con masa de fermentación lenta: Bianca 4 quesos y Jamón con perlas de mozzarella. Esta nueva masa, hecha con harina 100% de su molino, respeta largos tiempos de fermentación, de hasta 24 horas, para obtener una masa tierna y ligera que cuando horneamos en casa conseguimos una pizza de corteza crujiente y muy sabrosa.

TENDENCIA

Placer: Calidad sensorial, Sofisticación, Tradicional

Conveniencia: Facilidad de preparación

Salud: Producto natural

Sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible (referido al producto en sí, y a su proceso de producción)

TIPO DE INNOVACIÓN

Innovación incremental de mercado (novedad tanto para el mercado objetivo como para la empresa que lo elabora)

Following it's innovative spirit, Casa Tarradellas present the new pizzas with slow rising dough: Bianca 4 cheeses and Ham with mozzarella pearls. This new dough, made with 100% flour from it's mill, respect 24h resting dough to obtain a tender and light dough that when baked at home we get a pizza with a crispy and very tasty crust.

TREND

Pleasure: Sensory quality, Sophistication, Traditional

Convenience: Ease of preparation

Health and Confidence: Natural product

Sustainability: Sustainable Value Chain (referring to the product itself and the production process)

TYPE OF INNOVATION

Incremental market innovation (new both for the target market and for the company that produces it)

CARACTERÍSTICAS FEATURES

Formato y peso de producto *Weight & Packaging*
400 g

Vida útil estimada *Estimated shelf life*
31 días

Temperatura de conservación *Preservation temperature*
0°-5° C

Fabricante *Manufacturer*
Casa Tarradellas

Fabricado en *Made in*
España

Fecha de lanzamiento *Launching date*
03 / 2021

País de comercialización *Commercializing Country*
España

Canales de venta *Commercial Channel*
Retail

Precio aprox. *Approximate price*
3,99 €

Agencia de desarrollo *Product Development Agency*
Casa Tarradellas

Jefe de producto *Product Manager*
Casa Tarradellas

Empresa *Company*
Casa Tarradellas
Sergi Puigoriol Mateo · Marketing
Carretera Puigcerdà, Km 70
08503 Gurb / Barcelona España
+ 34 938 816 550
www.casatarradellas.es



Sector
Grocery Foods

Pabellón
Pavilion P.2

Nº Stand
B+C - 550

PARTNERING COMPANIES

The Alimentaria Hub, como punto de encuentro de las Tendencias y la Innovación, es posible gracias a la colaboración de nuestros Partners. Con estas líneas queremos agradecerles su dedicación y esfuerzo, así como la confianza depositada en el proyecto. La investigación y el desarrollo de nuevos productos son el reflejo de la voluntad por ofrecer soluciones innovadoras a los retos que se presentan. Y nuestros Partners, cada uno en su ámbito y sector, representan esa voluntad por responder a las necesidades de sus clientes y mejorar la calidad de vida de las personas. En The Alimentaria Hub caminamos juntos para comprender y conocer todo lo que está sucediendo en el presente y adelantarnos a lo que nos depara el futuro.

The Alimentaria HUB, meeting point for Trends and Innovation, is brought to you by our partners. We would like to thank them for their dedication and hard work, and for the trust they have placed in the project. The research and development of new products reflect the will to provide innovative solutions to the challenges facing us. Each in their own field and sector, our partners embody this will to respond to customers' needs and improve quality of life. In The Alimentaria HUB we walk side by side in order to understand and learn everything that is happening in the present and anticipate what the future holds.

Global Partner



Premium Partner



Platinum Partner



Gold Partner



Silver Partner



Patrocinador

#alimentosdespaña



The Alimentaria Hub

CaixaBank es el grupo financiero líder en España. Alcanza un volumen de activos de 685.738 millones de euros una vez concluida la integración de Bankia, lo que le convierte en el banco de mayor tamaño del mercado doméstico, con una posición relevante a nivel europeo. Además, CaixaBank tiene una fuerte presencia en Portugal, donde controla el 100% de BPI.

El grupo, presidido por José Ignacio Goirigolzarri y dirigido por Gonzalo Gortázar, tiene aproximadamente 21 millones de clientes y la mayor red de oficinas y cajeros en España y Portugal y el liderazgo en banca digital, con un porcentaje de clientes digitales del 71,4%.

La esencia de CaixaBank es un modelo de banca universal socialmente responsable, basado en la calidad, la cercanía y la especialización en productos y servicios adaptados para cada segmento. Su misión es contribuir al bienestar financiero de sus clientes y apoyar el progreso de las comunidades donde desarrolla su actividad.

En 2021 y por primera vez en su historia, CaixaBank ha recibido en un mismo año el máximo reconocimiento nacional por las publicaciones económicas internacionales *The Banker* ('Banco del Año 2021 en España'), *Euromoney* ('Mejor Banco en España 2021') y *Global Finance* ('Mejor Banco en España 2021'). En el ámbito de la innovación, CaixaBank ha sido elegido 'Banco más Innovador del Mundo' por *EFMA/Accenture*, y 'Banco más Innovador de Europa Occidental' por *Global Finance*. En el ámbito de la sostenibilidad, CaixaBank ha sido elegido 'Líder en bonos sociales en Europa Occidental' y es el único banco europeo considerado "Entidad líder global en su respuesta a la crisis de la Covid-19", ambos por *Global Finance*.

The Alimentaria Hub

After its merger with Bankia, CaixaBank has assets of €685.74 billion, making it Spain's largest bank, and one of the leading banks in Europe. In addition, the CaixaBank Group has a strong presence in Portugal, where it controls 100% of BPI.

The Group, chaired by José Ignacio Goirigolzarri and led by Gonzalo Gortázar, has circa 21 million customers and the largest commercial network in Spain and Portugal. It is a leader in digital banking with 71.4% of clients being digital banking users.

CaixaBank is committed to a socially responsible model of universal banking, based on quality, trust and product specialism targeted at each client segment. Its mission is to contribute to its customers' financial well-being, while supporting the progress of the communities where it operates.

*In 2021, for the first time in its history, CaixaBank has won the most important national accolade by the international financial magazines *The Banker* ('Bank of the Year 2021 in Spain'), *Euromoney* ('Best Bank in Spain 2021') and *Global Finance* ('Best Bank in Spain 2021') in the same year. In the area of innovation, CaixaBank was singled out as the 'Global Innovator 2021' by *EFMA/Accenture*, and as the 'Outstanding Financial Innovator in Western Europe' by *Global Finance*. In the field of sustainability, CaixaBank was recognized by *Global Finance* for its 'Outstanding Leadership in Social Bonds in Western Europe 2021' and was the only European bank considered to have demonstrated "Outstanding Crisis Leadership 2020" by the same magazine.*

The Alimentaria Hub

CaixaBank se ha consolidado como una entidad de referencia para las empresas con un modelo especializado que cuenta con una red formada por más de 140 centros CaixaBank Empresas repartidos por todas las comunidades autónomas españolas en los que trabajan profesionales altamente cualificados, con sólida reputación en el asesoramiento empresarial.

En el ámbito internacional, CaixaBank apoya a sus clientes empresa con diversas soluciones operativas con acceso efectivo territorial a 127 mercados de distintos países que se suman a los gestores de alta especialización -expertos en financiación y servicios, comercio exterior y tesorería, financiación estructurada, turismo y negocio inmobiliario- que trabajan en las oficinas de España, ofreciendo el mejor asesoramiento para las operaciones de las empresas en el extranjero. La entidad da servicio tanto a las pymes y microempresas que están iniciando sus actividades exportadoras como a las grandes corporaciones y grupos empresariales que afrontan proyectos internacionales más complejos.

Entre sus líneas de negocio, la entidad financiera cuenta con AgroBank, el segmento dirigido al sector agroalimentario con el que lidera el negocio con el sector en España y tiene como clientes a uno de cada dos agricultores españoles. La propuesta de valor de AgroBank combina el desarrollo de los mejores productos y servicios adaptados a las peculiaridades de los agricultores, ganaderos o cooperativistas, junto con un asesoramiento cercano e integral, no sólo con el apoyo financiero sino también desde la planificación conjunta, la ayuda a la formación y la especialización para ofrecer un servicio realmente útil. AgroBank cuenta con una amplia red de oficinas propias, profesionales con un alto conocimiento del sector y lleva a cabo acciones de impulso al sector, como jornadas técnicas o firma de acuerdos con organizaciones de relevancia.

The Alimentaria Hub

CaixaBank has consolidated its status as a leading bank for businesses, with a specialised model consisting of a network of over 140 "CaixaBank Empresas" centres throughout Spain with highly qualified professionals with a solid reputation in business advisory.

Internationally, CaixaBank supports its business customers with various operational solutions that provide effective access to 127 markets. This is in addition to the highly specialised advisers - experts in financing and services, foreign trade and cash flows, structured financing, tourism and real estate - who work at its branches in Spain, offering Spanish-based businesses advice and support on their international operations. The bank provides its services to both SMEs and micro-enterprises that are starting out in exports, as well as to large corporations and business groups that are involved in more complex international projects.

The bank's business areas include AgroBank, its agro-food division which is the largest of its kind in Spain. One out of two Spanish farmers is a customer of AgroBank. Its value proposition combines the development of the best products and services tailored to the unique needs of farmers, ranchers and co-op members, with personal and comprehensive advice, not only through financial support, but also with joint planning, training assistance and specialisation so as to offer a truly unique service. AgroBank has an extensive network of branches, highly knowledgeable professionals, and it engages in activities to grow the sector, such as technical conferences and partnerships with important organisations.

The Alimentaria Hub

Aecoc, mejorando la competitividad de la cadena de valor en un entorno de cambio

La crisis del COVID-19 ha obligado a las empresas del sector alimentario a revisar sus estrategias para focalizarse en las tendencias que cobran mayor fuerza en el nuevo escenario. La omnicanalidad, la sostenibilidad, la transparencia e información al consumidor...son algunas de las principales áreas de trabajo a la hora de mejorar la propuesta de valor al consumidor y obtener importantes ventajas competitivas.

Por ello, AECOC, fiel a su misión de mejorar la competitividad y sostenibilidad de la cadena de valor, trabaja para ayudar a las empresas a superar estos importantes desafíos.

Con ese fin, en la Asociación ofrecemos a las empresas estándares tecnológicos y plataformas para el intercambio de información entre los diferentes eslabones de la cadena de valor que resultan de gran utilidad a la hora de optimizar los procesos logísticos y de transporte, mejorar las prácticas comerciales o bien optimizar la propuesta de valor al consumidor.

Además, impulsamos la gestión del conocimiento, ofreciendo a las empresas puntos de encuentro en los que mantenerse informado de las tendencias que van a marcar el futuro de sector y/o área de actividad y servicios como los de Retail knowledge o Shopperview, que les permiten conocer las claves de la distribución nacional e internacional, mantenerse al corriente de los principales cambios y saber cómo evoluciona el consumo y el consumidor.

Si hay algo que esta pandemia nos ha permitido confirmar es que el futuro o será digital y sostenible o no será y, justamente por ello, AECOC ha reforzado también sus propuestas y actividades para ayudar a sus empresas asociadas a superar estos importantes desafíos.

The Alimentaria Hub

AECOC, improving the competitiveness of the value chain in a changing environment

The COVID-19 crisis has forced companies in the food sector to review their strategies in order to focus on the trends that are gaining momentum in the new scenario. Omni-channel retailing, sustainability, transparency and consumer information... are some of the main areas of work when it comes to improving the value proposition to the consumer and obtaining important competitive advantages.

Therefore, AECOC, true to its mission to improve the competitiveness and sustainability of the value chain, works to help companies overcome these major challenges.

To that end, the Association offers companies technological standards and platforms for the exchange of information between the different links in the value chain, which are very useful when it comes to optimising logistics and transport processes, improving commercial practices or optimising the value proposition to the consumer.

Besides, we promote knowledge management, offering companies meeting points where they can keep informed of the trends that will mark the future of the sector and/or area of activity and services such as Retail knowledge or Shopperview, which allow them to know the keys to national and international distribution, keep abreast of the main changes and find out how consumption and consumers are evolving.

If there is one thing that this pandemic has allowed us to confirm, it is that the future will either be digital and sustainable or it will not be, and, precisely for this reason, AECOC has also reinforced its proposals and activities to help its affiliated companies to overcome these major challenges.

The Alimentaria Hub

Así, en un momento en que para cualquier negocio es imprescindible ganar visibilidad a través de su presencia digital, AECOC dispone de un escaparate comercial, AECOC Trade, que permite a las pymes mostrar sus productos ante la gran distribución a coste cero. Y, en el impulso de un modelo de crecimiento más respetuoso con el entorno social y medioambiental, la asociación impulsa proyectos como los de Lean&Green -para la reducción de las emisiones de la cadena logística y de transporte- o “La Alimentación no tiene Desperdicio”, para prevenir el desperdicio de alimentos y reducir la generación de residuos.

El impacto de la sostenibilidad y la transformación digital es tal en el futuro de los negocios que los Fondos Next Generation han hecho de ellos los ejes de sus planes de ayuda. Por ello, para ayudar a las empresas, especialmente a las de menor tamaño, a aprovechar esta importante oportunidad, AECOC ha puesto en marcha una oficina de proyectos mediante la que asesora a sus empresas asociadas sobre cómo acceder a los fondos, qué tipo de proyectos pueden presentarse y les ofrece también asistencia documental en caso de que deseen concurrir a las ayudas.

Una clara muestra de que AECOC es una asociación al servicio de la eficiencia, la sostenibilidad y la competitividad presente y futura de la cadena de valor del gran consumo.

The Alimentaria Hub

Thus, at a time when it is essential for any business to gain visibility through its digital presence, AECOC has a commercial showcase, AECOC Trade, which allows SMEs to show their products to large retailers at zero cost. And, in the promotion of a growth model that is more respectful of the social and environmental surroundings, the association promotes projects such as Lean&Green, for the reduction of emissions in the logistics and transport chain, or “Food is not wasteful”, to prevent food waste and reduce the generation of waste.

Such is the impact of sustainability and digital transformation on the future of business that the Next Generation Funds have made them the focus of their support plans. Therefore, in order to help companies, especially smaller ones, to take advantage of this major opportunity, AECOC has set up a project office to advise its affiliate companies on how to access the funds, what kind of projects can be submitted and also to provide them with documentary assistance in case they wish to apply for the grants.

A clear demonstration that AECOC is an association at the service of efficiency, sustainability and the present and future competitiveness of the mass consumption value chain.



The Alimentaria Hub

Todo comenzó en 1886 con Henri Nestlé, el hombre que en el último tercio del siglo XIX creó la Harina Lacteada, un producto concebido para hacer frente a la altísima mortalidad infantil de la época y que, al mismo tiempo, creó las bases de una empresa que ha formado parte de la vida de varias generaciones.

Hoy, Nestlé está presente en 186 países de todo el mundo y cuenta con 273.000 empleados, firmemente comprometidos con el propósito de desarrollar todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y para las futuras generaciones. Su oferta de productos y servicios cubre las necesidades nutricionales de las personas y de sus mascotas en todas las etapas de la vida.

Nestlé aterrizó en España en 1905 con su primera fábrica en La Penilla (Cantabria) dedicada inicialmente a la producción de Harina Lacteada Nestlé y, poco después, a la de Leche Condensada La Lechera. Ambos productos, auténticas innovaciones en aquella época, desempeñaron un importante papel en la alimentación infantil. Con el paso de los años la red industrial de Nestlé fue creciendo. En la actualidad, Nestlé dispone en España de un total de 10 centros de producción en cinco comunidades autónomas.

Nestlé lidera el mercado alimentario español con una amplia gama de productos: alimentos infantiles, lácteos, chocolates, cafés y bebidas a base de cereales, culinarios, cereales para el desayuno, aguas minerales, especialidades de nutrición clínica y alimentos para mascotas.

Nestlé solo ha podido llegar hasta aquí con el compromiso de gestionar los negocios de forma responsable y de adaptarse a los desafíos que en cada momento se ha enfrentado la humanidad, generando riqueza tanto para la empresa como para la sociedad. Esto es lo que se denomina Creación de Valor Compartido. En consonancia con esta filosofía de negocio, Nestlé pretende mejorar la calidad de vida de las personas, y también de las mascotas, y contribuir a un futuro más saludable, mediante una oferta de alimentos sabrosos y nutricionalmente equilibrados.

Y para ello, Nestlé promueve la transición hacia un sistema alimentario regenerativo cuyo objetivo no sea sólo proteger y restaurar el medio ambiente a través de los principios y prácticas de la agricultura regenerativa, sino también mejorar las dimensiones sociales y económicas de la producción sostenible de alimentos, ayudando a mejorar el sustento de los agricultores y el bienestar de las comunidades agrícolas.

The Alimentaria Hub

It all started in 1886 with Henri Nestlé, the man who in the last third of the 19th century created the ‘farine lactée’ (‘flour with milk’), a product designed to address the very high infant mortality rate of the time and, at the same time, laid the foundations of a company that has been part of the lives of several generations.

Nowadays, Nestlé is present in 186 countries around the world and has 273,000 employees, firmly committed to unlock the power of food to enhance quality of life for everyone, today and for generations to come. Its products and services meet the nutritional needs of people and their pets at all stages of life.

Nestlé landed in Spain in 1905 with its first factory in La Penilla (Cantabria) initially dedicated to the production of the ‘farine lactée’ and, shortly thereafter, to La Lechera Condensed Milk. Both products, authentic innovations at that time, played an important role in the infant nutrition sector. Over the years, Nestlé’s industrial network grew. Nestlé currently has 10 factories in five autonomous communities in Spain.

Nestlé leads the Spanish food market with a wide range of products: baby foods, dairy, chocolates, coffee and cereal-based drinks, culinary ready meals, breakfast cereals, mineral water, clinical nutrition specialties and pet food.

Nestlé has only been able to get to where it is through a commitment to managing business responsibly and to adapting to the challenges that humanity has always faced, generating wealth for both the company and society. This is what we call Creating Shared Value. In line with this business philosophy, Nestlé aims to improve the people’s quality of life, and of their pets, and to contribute to a healthier future, through a tasty and nutritionally balanced food.

And to do so, Nestlé promotes the transition to a regenerative food system that aims not only to protect and restore the environment through the principles and practices of regenerative agriculture, but also to improve the livelihoods of farmers and the welfare of agricultural communities.

The Alimentaria Hub

Más de 160 profesionales unidos por un propósito común: transformar el futuro de la alimentación y contribuir a la mejora de la competitividad y de la calidad de la industria alimentaria. CNTA es el partner tecnológico para aquellas empresas que quieren avanzar e innovar y ven en la tecnología la manera de lograrlo. Desde tecnologías de largo recorrido como las tecnologías de conservación y formulación de alimentos a las más vanguardistas como son la fermentación de precisión, el cultivo celular, la Imagen hiperespectral para el control de alimentos en tiempo real, el desarrollo de alimentos análogos de carne o en base a proteínas alternativas...

En un escenario de cambios constantes, CNTA da soluciones que aportan valor a las empresas del sector, a través de la pasión, la atención personalizada, el rigor científico y el compromiso con el cliente.

The Alimentaria Hub

More than 160 professionals united by a common purpose: to transform the future of food and contribute to improving the competitiveness and quality of the food industry. CNTA is the technological partner for those companies that want to advance and innovate and see technology as the way to achieve it. From long-established technologies such as food preservation and formulation technologies to cutting-edge technologies such as precision fermentation, cell culture, hyperspectral imaging for real-time food control, development of meat analogues or alternative protein-based foods...

In a constantly-transforming scenario, CNTA provides solutions that add value to companies in the sector, through passion, personalised attention, scientific rigour and commitment to the client.

The Alimentaria Hub

ACCIONA es una empresa global con un modelo de negocio basado en la sostenibilidad que trata de dar respuesta a las principales necesidades de la sociedad proporcionando energía renovable, infraestructuras, agua y servicios.

El negocio de Servicios, con sus nueve actividades, aporta soluciones integrales de servicios para infraestructuras, ciudades y el sector industrial, en las que opera y mantiene activos.

• Facility services

- Servicios Energéticos
- Servicios urbanos y medio ambiente
- Airport services
- Operación y mantenimiento de energías renovables - EROM
- Forwarding
- Rail services
- Healthcare services
- Servicios de movilidad para las ciudades

Tanto en el sector privado como en el público, con modelos de gestión innovadores y eficientes, ACCIONA consigue optimizar la calidad, flexibilidad y costes, rentabilizando las sinergias que proporciona la gestión global e integrada de todas sus actividades.

El negocio de Facility Services se ha convertido **proveedor de servicios de referencia** gracias a su reconocida experiencia en los ámbitos de automoción, alimentario, farmacéutico y logístico, aplicando criterios de **sostenibilidad, innovación, eficiencia y calidad máxima** en todas sus actividades.

Sus **principales actividades** comprenden facility management, limpieza, mantenimiento, servicios de apoyo a la producción y logísticos, servicios auxiliares, servicios energéticos y última milla.

Entre los **sectores en los que opera** encontramos el agroalimentario, automoción, transporte, farmacéutica, centros comerciales, retail, distribución, edificios y oficinas, hospitalaria, y hoteles y residencias.

Su dilatada experiencia le ha permitido hacerse con una gran cartera de clientes, que garantizan su know-how, entre los que se encuentran Campofrío, Bimbo, Pepsico, Gallina Blanca, Renfe, Antena 3, Ford, Repsol o Bosch.

The Alimentaria Hub

ACCIONA is a global company with a business model based on sustainability that seeks to respond to society's main needs by providing renewable energy, infrastructure, water and services.

The Services business, with its nine activities, provides integrated service solutions for infrastructure, cities and the industrial sector, in which it operates and maintains assets.

• Facility services

- Energy services
- Urban services and environment
- Airport services
- Operation and maintenance of renewable energies - EROM
- Forwarding
- Rail services
- Healthcare services
- Mobility services for cities

In both the **private and public sectors**, with innovative and efficient management models, ACCIONA manages to optimize quality, flexibility and costs, making the most of the synergies provided by the global and integrated management of all its activities.

The Facility Services business has become a benchmark service provider thanks to its **recognized experience in the automotive, food, pharmaceutical and logistics sectors**, applying criteria of **sustainability, innovation, efficiency and maximum quality** in all its activities.

Its **main activities** include facility management, cleaning, maintenance, production support and logistics services, auxiliary services, energy services and last mile.

Among the **sectors in which it operates** we find the food and agriculture, automotive, transport, pharmaceutical, shopping centers, retail, distribution, buildings and offices, hospital, and hotels and residences.

Its extensive experience has enabled it to gain a large **customer base**, which guarantees its know-how, including Campofrío, Bimbo, Pepsico, Gallina Blanca, Renfe, Antena 3, Ford, Repsol and Bosch.

The Alimentaria Hub

AINIA es el centro tecnológico de referencia en innovación y desarrollo tecnológico, especializado en impulsar la competitividad de las empresas con más de 220 proyectos de innovación anuales. 700 empresas asociadas y 1.600 clientes lo convierten en uno de los centros europeos de innovación con mayor base social empresarial. Sus instalaciones de vanguardia, sus amplias capacidades y su red de alianzas le permiten desarrollar su actividad en todo el mundo.

Con más de 35 años de experiencia en innovación, su misión es aportar soluciones de innovación con rigor tecnológico. Para ello, AINIA combina a sus más de 240 profesionales altamente cualificados para resolver problemas con un enfoque proactivo, garantizando el posicionamiento tecnológico y el crecimiento sostenible.

AINIA ofrece soluciones para afrontar los nuevos retos del mercado agroalimentario:

- Alimentación del futuro
- Modelos de negocio más sostenibles
- Digitalización de la cadena productiva
- Conocimiento del mercado y del consumidor

Como partners de innovación, AINIA ofrece soluciones en todas las fases de producción, desde la investigación de mercado hasta la validación del consumidor:

- Observatorio de mercado
- Diseño de productos más sostenibles y saludables
- Desarrollo de nuevas fuentes de proteínas
- Búsqueda de ingredientes innovadores
- Predicción de riesgos relativos a la seguridad alimentaria
- Digitalización de la cadena de valor
- Biorrefinerías para el aprovechamiento y valorización de subproductos y residuos
- Estudios de vida útil de los alimentos
- Asesoramiento en derecho alimentario
- Validación sensorial con consumidores de los productos.

AINIA aporta innovación continua, garantizando a las empresas alimentarias soluciones eficientes, sostenibles y adaptadas a sus necesidades y a las de su mercado.

The Alimentaria Hub

AINIA is the technological center of reference in innovation and technological development, specialized in boosting the competitiveness of companies with more than 220 annual innovation projects. 700 associated companies and 1,600 clients make it one of the European centers of innovation with the largest social business base. Its state-of-the-art facilities, its extensive capacities and its network of alliances allow it to develop its activity throughout the world.

With more than 35 years of experience in innovation, its mission is to provide innovative solutions with technological rigor. To do this, AINIA combines its more than 240 highly qualified professionals to solve problems with a proactive approach, guaranteeing technological positioning and sustainable growth.

AINIA offers solutions to meet the new challenges of the agri-food market:

- *Foods of the future*
- *Quality and food safety*
- *More sustainable business models*
- *Digitization of the productive chain*
- *Market and consumer knowledge*

As innovation partners, AINIA offers solutions in all phases of production, from market research to consumer validation:

- Market Observatory
- Design of more sustainable and healthy products
- Development of new protein sources
- Search for innovative ingredients
- Prediction of risks related to food safety
- Digitization of the value chain
- Biorefineries for the use and recovery of by-products and waste
- Food shelf-life studies
- Advice on food law
- Sensory validation with consumers of the products.

AINIA provides continuous innovation, guaranteeing food companies efficient and sustainable solutions adapted to their own needs and those of their market.

The Alimentaria Hub

CEVA Logistics, líder mundial en logística de terceros, proporciona y opera soluciones de transporte y cadena de suministro para empresas grandes o medianas nacionales y mundiales. CEVA Logistics ofrece una amplia gama de servicios tanto de Contract Logistics como de gestión de mercancías gracias a sus aproximadamente 78.000 empleados y 1.000 instalaciones en más de 160 países. CEVA Logistics se centra en diseñar a la perfección soluciones personalizadas de principio a fin para satisfacer las complejas y cambiantes necesidades de la cadena de suministro, sea cual sea el sector empresarial. CEVA Logistics forma parte del Grupo CMA CGM, líder mundial en transporte marítimo y logística.

The Alimentaria Hub

CEVA Logistics, a world leader in third-party logistics, provides and operates transportation and supply-chain solutions for large- or medium-size national and global companies. CEVA Logistics offers a broad range of services in both Contract Logistics and Freight Management thanks to its approximately 78,000 employees and 1,000 facilities in more than 160 countries. CEVA Logistics' experienced specialists focus on seamlessly designing end-to-end customized solutions to meet the complex and rapidly evolving supply chain needs, whatever the business sector. CEVA Logistics is part of the CMA CGM Group, a world leader in shipping and logistics.

The Alimentaria Hub

Eurecat es un Centro Tecnológico privado que integra capacidades y experiencia en **alimentación y salud, biotecnología, sostenibilidad, tecnologías industriales y transformación digital**.

Eurecat colabora con la industria alimentaria en actividades y proyectos de I+D+i y ofrece servicios científico-tecnológicos avanzados para desarrollar nuevos ingredientes y alimentos de acuerdo a las preferencias y el bienestar de los consumidores y teniendo en cuenta factores clave de sostenibilidad y de producción alimentaria, con nuevos modelos y tecnologías avanzadas que permitan la mejora de los productos y procesos agroalimentarios reduciendo su impacto ambiental. Industria alimentaria 4.0, conectada, inteligente, flexible y sostenible, orientada a la creación de valor en productos alimentarios saludables, convenientes y seguros, para consumidores informados, digitales y conscientes de la relación entre nutrición y salud.

- Acompañamos a la empresa en el diseño y desarrollo de ingredientes, productos saludables, alimentos funcionales, nutracéuticos o *medical foods*
- Validamos su eficacia y funcionalidad de salud / tecnológica

- Mejoramos la eficiencia de la empresa alimentaria y biotecnológica en el proceso industrial de forma sostenible, digital e inteligente.

Áreas de trabajo:

- Concepto y diseño de nuevos alimentos; reformulación; alternativas proteicas y *clean label*
- Validación del efecto saludable; estudios sensoriales y organolépticos; estudios de vida útil
- Economía circular y sostenibilidad, impacto ambiental, ciclo integral del agua, concentración y filtración, eficiencia energética
- Industria alimentaria 4.0, inteligencia artificial, ciberseguridad, robótica y automatización, visión artificial, realidad virtual, modelización y simulación de procesos, soluciones en materiales y mitigación de procesos de corrosión, formación en alimentación 4.0.
- Tecnología de alimentos
- Seguridad alimentaria; estudios de no toxicidad
- Packaging, ecodiseño, nuevos materiales, reciclado, sensorización, potenciación virtual de experiencia de consumo.

The Alimentaria Hub

Eurecat is a private Technology Center that integrates skills and experience in **food and health, biotechnology, sustainability, industrial technologies and digitalization**.

Eurecat collaborates with the food industry in R&D&I projects and offers advanced technoscientific services to develop new ingredients and foods according to the preferences and well-being of consumers and taking into account key factors of sustainability and food production, with new models and advanced technologies that allow the improvement of agri-food products and processes while reducing environmental impact. Smart, flexible and sustainable Food industry 4.0 aimed at creating value in healthy, convenient and safe food products for informed, digital and conscious consumers.

- We design and develop ingredients, healthy products, functional and sustainable foods, nutraceuticals or medical foods
- We validate its efficacy on health and the technological functionality
- We contribute to the improvement of the efficiency of the food and biotechnology company in the industrial process in a sustainable, digital and smart way.

Areas of expertise:

- Concept and product design, reformulation, alternative proteins and clean label
- Validation of the healthy effect, sensorial and organoleptic studies, shelf life studies
- Circular Economy and Sustainability, Industrial Ecology and Environmental Impact, Integral Water Cycle, Energy Efficiency
- Food industry 4.0, Applied Artificial Intelligence, Robotics and Automation, Cybersecurity, Artificial vision, Virtual reality, Process modeling and simulation, Materials solutions and mitigation of corrosion processes, Training in Food 4.0.
- Food technology
- Food safety, toxicity studies
- Packaging, eco-design, new materials, recycling, sensorisation, virtual enhancement of consumption experience.

The Alimentaria Hub

Innova Market Insights es un líder global de conocimiento en la industria de alimentos y bebidas. Nuestras plataformas de inteligencia de mercado brindan a nuestros clientes información actualizada al minuto que cubre áreas como lanzamientos de nuevos productos, tamaños de mercado, datos de consumidor, encuestas e informes de tendencias para ayudarlos a formular las decisiones estratégicas correctas para hacer crecer su negocio. Nuestras herramientas permiten a los departamentos de innovación crear nuevos productos relevantes, a los investigadores encontrar los datos que necesitan y a los negocios obtener información sobre las tendencias actuales y futuras. Nuestros clientes, entre las 500 principales empresas de bienes de consumo masivo del mundo, valoran a Innova por sus conocimientos del mercado local y regional que los guían en la toma de decisiones. Con algunos de los analistas más experimentados ubicados por todo el mundo, Innova está perfectamente posicionada para interpretar los últimos desarrollos en alimentos y bebidas y ubicarlos en un contexto tanto local como global.

The Alimentaria Hub

Innova Market Insights is a global knowledge leader in the food and beverage industry. Our market intelligence platforms provide customers with up-to-the-minute insights covering areas such as new product launches, market sizing, consumer feedback, surveys and trend reports to help them formulate the right strategic decisions to grow their business. Our tools enable developers to create relevant new products, researchers to find the data they need and retailers to gain insights on current and future trends. Our customers, among the top 500 FMCG companies in the world, value Innova for their local and regional market insights that guide them in their decision-making. With some of the most experienced analysts located around the world, Innova is perfectly positioned to interpret the latest food and beverage developments and place them in both a local and global context.



The Alimentaria Hub

En **Mintel**, sabemos qué quieren los consumidores y por qué. Como líderes en inteligencia de mercado, nuestros análisis de consumidores, mercados, nuevos productos y entornos competitivos nos brindan una perspectiva única sobre las economías globales y locales. Desde 1972, nuestras predicciones y recomendaciones especializadas han permitido a nuestros clientes tomar mejores decisiones más rápidamente. Especialistas en marketing, estrategas, innovadores e investigadores de mercado de todo el mundo usan Mintel para informarse de los rápidos cambios de comportamiento de los consumidores y de las sinergias de los mercados.

Mintel Food & Drink

Gracias a la combinación del seguimiento de tendencias, análisis de mercado, investigación sobre consumidores e innovación de productos, Mintel Food & Drink es una herramienta premium para la industria. No sólo analiza los constantes cambios en el mercado casi al mismo tiempo que se producen, sino que también ayuda a las marcas a unir todos los puntos dando indicaciones sobre cómo avanzar.

Con Mintel Food & Drink los expertos de la industria obtienen:

- Perspectivas de futuro: análisis de las últimas tendencias y de las marcas disruptivas que influyen en las 35 categorías de alimentos y bebidas que nuestros expertos monitorean
- Anticipación de cambios técnicos: mejor entendimiento de lo que los posibles cambios técnicos en ciencia de la alimentación, nutrición y empaquetados significan para cada categoría
- Seguimiento de productos innovadores: captura de todos los lanzamientos que tienen lugar en 86 países de todo el mundo

Mintel también ofrece una variedad de servicios personalizados para su empresa, incluyendo uno de consultoría que ayuda a las marcas a identificar sus mejores oportunidades de progreso.

Para descubrir cómo podemos ayudar a que su negocio crezca y mantenerse a la vanguardia de la innovación, visite mintel.com

The Alimentaria Hub

Mintel is the expert in what consumers want and why. As the world's leading market intelligence agency, our analysis of consumers, markets, new products and competitive landscapes provides a unique perspective on global and local economies. Since 1972, our predictive analytics and expert recommendations have enabled our clients to make better business decisions faster. Marketers, strategists, innovators and researchers from all over the world use Mintel to get insights on the ever-changing consumer's behaviour and market synergies.

Mintel Food & Drink

With its combination of trends tracking, market analysis, consumer research and product innovation, Mintel Food & Drink is a premium intelligence solution for the industry. Not only it analyses market changes as fast as they happen but it also helps brands to connect the dots telling them what to do next.

Mintel Food & Drink provides industry specialists with:

- Forward-looking insights: analysis of the latest trends and disruptors having an impact on the 35 food and drink categories we analyse
- Technical foresight: understand the possibilities of technical developments in food science, nutrition and packaging mean for each category
- Product innovation tracking: capture of all launches happening across 86 countries globally.

Mintel also offers a wide range of solutions, including a tailored consulting service that enables business to identify their best opportunities to progress.

To find out more on how we can help your business grow and be at the centre of tomorrow's innovation, visit mintel.com

COLLABORATORS



FIAB
FEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN
Y BEBIDAS



Fundación
Dieta Mediterránea



IPMARK™



The Alimentaria Hub[®]

Trends & Innovation

**The world's best food
industry think tank**

Innoval 2022

El punto de encuentro de las Tendencias y la Innovación

The meeting point for Trends Innovations

Alimentaria Exhibitions

Avda. Reina M^a Cristina, s/n

08004 Barcelona

Tel. + 34 934 521 800

amatas@alimentaria.com

alimentaria.com

Idea y conceptualización
J. Antoni Valls

Director General de Alimentaria Exhibitions

Ana Matas Valdés
Project Manager

Diseño gráfico y expositivo
marferrer/studio