



En la fotografía de la izquierda los encargados de la producción de las verduras al dente en la planta del Grupo AN de Andosilla con toda la gama menos la ensaladilla delante -por la izquierda, Javier Ongay, Iván Romero y Fernando Muñoz-. A la derecha, con las alcachofas, Francisco Córdoba, director general de Vegetales Línea Verde Navarra.

La gama de verduras al dente aumenta con alcachofas naturales y ensaladilla

La planta de Andosilla, que espera crear 20 empleos con la innovación, produce ya 1.000 cajas semanales de coliflor, brócoli, judía verde y verduras variadas

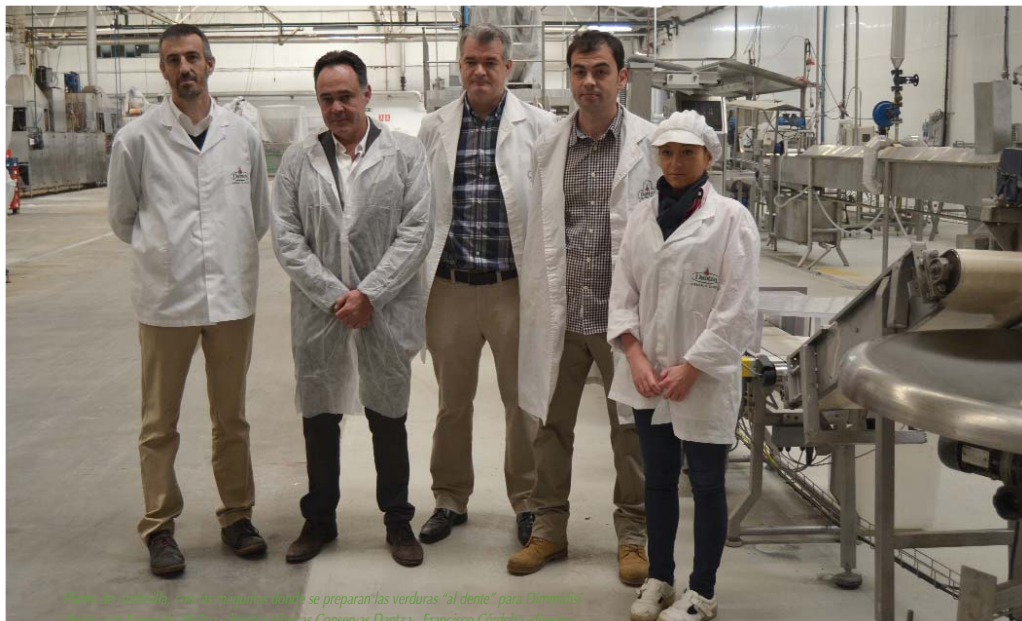
ANDOSILLA FERNANDO BEROIZ-

Las exquisitas Alcachofas de Tudela ya pueden disfrutarse con todo el sabor natural de las frescas, pero sin necesidad de tomarse el trabajo, que para muchos se convierte en compleja e irresoluble tarea de pelarlas y cocerlas, porque ya las produce Dantza en su planta de Andosilla y las comercializa Dimmidisí en la gama de verduras "al dente" que tan buena aceptación está teniendo en el mercado. Alcachofas naturales y el

conjunto de verduras más utilizado para las veraniegas ensaladillas formado por un mix de alubias verdes, guisantes, patata y zanahoria. Dos nuevas referencias, con la misma presentación en bolsa transparente al vacío que muestran todo el producto que llevan en su interior, que se suman a las primeras en irrumpir en el mercado, con excelente aceptación tanto por parte de la distribución como de los consumidores, de coliflor, brócoli, judía verde con patatas y un conjunto de verduras

La nueva gama se va enriqueciendo con productos para la temporada - - - MAYO 2016





Planta de Andosilla, con los responsables se preparan las verduras "al dente" para Dimmidisí. De izquierda a derecha: Iván Romero, director área industrias vegetales Grupo AN, Francisco Córdoba, director general Vegetales Línea Verde Navarra, Iván Romero -director área industrias vegetales Grupo AN-, Javier Ongay -director planta Andosilla- y Rosaura Abad, directora de calidad de Conservas Dantza que ha liderado todo el proyecto de innovación durante varios años hasta llevar al mercado, con total éxito, la nueva gama de verduras "al dente".

propio de guarniciones y menestras formado por guisante, judía verde y zanahoria.

Ya lo adelantó el director general de Vegetales Línea Verde Navarra, Francisco Córdoba, en la presentación de la gama de verduras "al dente" que comercializa con la marca Dimmidisí al explicar que, desde su punto de vista, el éxito de la innovación tan bien aceptada por el mercado estaría marcado por la capacidad de presentar a los clientes nuevas referencias.

SALUDABLES ALCACHOFAS

Y lo han hecho a lo grande. Con dos referencias que destacan. Una por el producto, por la alcachofa, uno de los más exquisitos en fresco, en temporada, y que entraña para la mayoría de los ciudadanos una gran dificultad a la hora de prepararlo, por lo que el consumo se decanta por las conservas, donde o pierden el sabor natural por los acidulantes y conservantes que les echan o, cuando son naturales, como en el caso de Dantza, la textura se aleja de las preparadas "al dente". La media cocción con las que sale el producto al mercado con la marca Dimmidisí, como en el resto de la gama totalmente natural, sin ningún conservante, acidulante ni aditivo, permite todo tipo de preparaciones en la cocina. Desde el consumo tal cual, a modo de ensalada, aliñando con aceite de oliva virgen y un poco de sal, hasta todo tipo de posibilidades culinarias. La textura, su dureza, permite hacerlas en tempura, como base de naturales menestras, en

maridaje que tanto gustan a los actuales chefs en compañía de carnes -se ofrecen platos exquisitos acompañándolas con solomillo y foie-, pescados y mariscos -colitas de cigalas sobre alcachofas sorprenden a los comensales-.

Como el resto de referencias, la alcachofa "al dente" llega al consumidor en bolsa de plástico transparente que deja ver todo su contenido "para que el cliente vea todo lo que hay en su interior, porque no queremos esconder nada", y sin líquido de gobierno, "sólo con algo del propio jugo que al cerrar la bolsa y hacer el vacío puedan desprender", afirma el director del área industrial de frutas y verduras del Grupo AN, Iván Romero, quien produce la referencia en la planta del Grupo AN en Andosilla.

"Es un producto exquisito", dice Francisco Córdoba, el director general de Vegetales Línea Verde Navarra. "No dudo del éxito, porque no hay en España, más allá de la zona donde se producen las alcachofas, que sepa prepararlas en fresco. Y nosotros las ofrecemos totalmente naturales, como si las recogiésemos en el huerto de casa, en Tudela, y las cocinásemos inmediatamente. Este producto no existe en el mercado, naturales y con esa textura que deja abiertas todas las posibilidades gastronómicas. Evitamos esas dudas que tienen incluso los que conocen el producto en fresco sobre las hojas exteriores que deben quitar, si se puede aprovechar el tallo o no, por dónde cortar la punta..."

Por si no fueran suficientes los argumentos anteriores, muy valorados incluso por

los cocineros y consumidores que saben cómo preparar las alcachofas frescas por el trabajo ingrato que evita, se añaden las bondades que ofrecen para la salud. Afirman los dietistas que son excelentes para enfermedades del hígado y vesícula biliar, disminuyen la urea y el colesterol en sangre, siendo hipoglucemiante -como la insulina- por lo que se recomienda también para los que padecen diabetes. Además, es rica en vitaminas A, B, B₂ y C, destacando también por sus minerales: potasio, calcio y magnesio, siendo superior a cualquier verdura su contenido en manganeso.

Por todo ello, las alcachofas se recomiendan en la mayoría de las dietas saludables, además de que ingerirlas es todo un placer para el paladar, no digamos ya si el restaurador las acompaña con otros manjares de la huerta, mar o tierra.

VERANIEGA ENSALADILLA

Para el tiempo que nos llega, el siempre lúdico verano, se ha concebido el segundo producto que se incorpora a la gama "al dente" de Dimmidisí: la ensaladilla. Guisantes, tacos de zanahorias y patata, y alubia verde, todos ellos al dente, para que tengan esa textura que permite disfrutar de una rica y fresca ensaladilla, tanto con salsas -mayonesa, ali oli, mostazas...- como aliños tipo campera, con el rico aceite de oliva virgen extra, sal y vinagre. La presentación, con esa textura, permite también las mejores compañías, siendo las más usuales los pescados, tipo atún, tanto escabechados como naturales, amén de los huevos cocidos y otros condimentos al gusto.

"Pensamos que esta referencia tendrá muy

buena aceptación en verano porque no requiere hacer nada, salvo condimentarlas al gusto. Su textura no tiene nada que ver con la oferta existente en conserva, que tiene siempre algún producto que tiende a deshacerse. Evita además toda la preparación previa de cocción tanto de los frescos como de los congelados", comentan.

MIL CAJAS SEMANALES

La aceptación de las verduras "al dente" que se producen en la planta de Dantza de Andosilla y comercializa Vegetales Línea Verde Navarra con la marca Dimmidisí ha sido muy buena.

Según explican los responsables de la producción, Iván Romero, Fernando Muñoz y Javier Ongay "si se mantiene la tendencia podemos generar unos 20 empleos con esta nueva gama al dente. De momento estamos haciendo ya una mil cajas semanales, unas 8.000 bolsas. Pero con la incorporación de nuevos productos y el conocimiento que la distribución y los consumidores van teniendo, esperamos que vaya en aumento".

En este sentido, añade Francisco Córdoba que "la dinámica tiene que ser parecida a la de Vegetales Línea Verde Navarra. El primer año, cuando abrimos la planta de Tudela y sacamos las primeras bolsas de ensalada Dimmidisí facturamos poco más de 500.000 euros. Hoy estamos ya en 28 millones de euros y

De abajo arriba: las primeras referencias "al dente" para el mercado italiano -brócoli, mix, alubia verde con patata y coliflor-. Un plato con verduras "al dente" Dimmidisí en tempura acompañado por pimientos-. Y, por último, la ensaladilla, en la bolsa, todavía sin etiquetar, fotografiada en la planta de Andosilla.



damos empleo a más de 200 personas. Hemos tenido que hacer varias ampliaciones de la planta para atender la respuesta del mercado, de los clientes. Esta innovación, las verduras al dente, que sólo ofrecemos nosotros, pensamos que tienen que tener una evolución parecida".

Para ello, además, se cuenta con el apoyo del socio italiano del Grupo AN en Vegetales Línea Verde Navarra, líderes en su país con la marca Dimmidisí a la que, como en España, han sumado las verduras al dente. "Estamos llevando camiones con el producto a Italia, donde existe más cultura de consumo de verduras ya listas para condimentar. Por ello, hemos trabajado incluso el gramaje para que se adapte a los dos países. 300 gramos es una ración abundante de verduras en España y en Italia, donde se utilizan muchísimo como guarnición, acompañan generosamente a dos platos por bolsa. Por eso el formato, además del troquel, el agujero, en la parte superior de la bolsa, donde va la marca

y toda la literatura, porque en Italia ya existen líneas de frío en la zona de las frutas y verduras frescas, para ofrecer colgadas las bolsas de ensaladas y las nuevas referencias al dente. Aquí cremos que también podremos desarrollar con la distribución esa forma de presentarlas porque eso sí, requieren siempre frío y deben estar en la zona de las frutas y verduras frescas, porque es un producto natural".

ANDREA BATTAGLIOLA

Director Comercial La Línea Verde Soc. Agrícola S.p.A.

“La clave del éxito está en dar a los clientes lo que necesitan, siempre en vanguardia de la innovación”

Andrea Battagliola ha vuelto a su tierra, a Italia, para hacerse cargo de la Dirección Comercial de la empresa líder de los vegetales de cuarta gama en el país transalpino, La Línea Verde Sociedad Agrícola S.p.A. Empresa que fundaron hace ya unas cuantas décadas su padre y su tío Giuseppe y Domenico Battagliola, artífices también del acuerdo con el Grupo AN que llevó a la constitución y puesta en marcha de Vegetales Línea Verde Navarra en Tudela, planta que sacó a los lineales las primeras bolsas de ensaladas en 2008 y que se ha abierto un importante hueco en el complicado mercado español que, Andrea, hijo y sobrino de Giuseppe y Domenico, ha conocido bien, desde dentro, en primera línea del negocio que evoluciona en clave de éxito.

TAJONAR
FERNANDO BEROIZ

Eran años de bonanza, con un mercado, el de la cuarta gama de vegetales, que tenía crecimientos anuales hasta 2007 del 20% en España, donde al decir de los expertos, había todo un largo camino por recorrer en la medida que estaba muy lejos de los consumos europeos. Ese mercado de la cuarta gama de verduras es el que define a las ensaladas que se presentan en bolsa seleccionadas, lavadas y secadas, listas para aliñarlas al gusto antes de comerlas. Consumo de comodidad, totalmente apetecido por aquellos que disponen de poco tiempo y quieren comer sano, sin renunciar a las ricas ensaladas, bien con un solo producto -lechuga, escarola...- o mezcla de varios. Mercado que conocían bien Giuseppe y Domenico, quienes hace un cuarto de siglo dieron el salto de la agricultura de producción en Brescia, en el norte de Italia, al liderazgo de la gama en su país, que atienden desde las dos plantas situadas en la zona norte (cercanas a Milán), otra en el sur y la de Cerdeña. En total, instalaciones con más de 40.000 metros cuadrados en las que prepararon 160 millones de ensaladas. Con esa experiencia de éxito en Italia, los hermanos Battagliola y el Grupo AN, con esa base de productores agrarios, unieron esfuerzos para abordar el mercado de la cuarta gama en España, creando para ello la empresa Vegetales Línea Verde Navarra, S.A. La actividad inició su andadura en el año 2008, justo cuando la crisis económica general y mundial irrum-



Tenemos una estructura societaria que nos da fortaleza para no tener que preocuparnos por nada más que dar a los clientes lo que necesitan y demandan, para innovar”

Esperamos poder colaborar con cada vez más buenos agricultores”

pía con especial virulencia en España tras la bonanza que había llevado a dificultades para encontrar mano de obra que trabajara en el campo y la industria más exigente porque las ciudades y costa donde el boom inmobiliario no paraba de levantar pisos acogía a cuantos emigrantes llegaban en la construcción. Domenico, personalmente, se volcó en el negocio en España, aportando todo el saber hacer de la empresa en Italia, incluida la propia marca, Dimmidisi, con

la que se sacaron al mercado español desde la planta de Tudela las primeras bolsas de ensalada. Saber hacer que tuvo en la calidad y la innovación, junto al apoyo en la producción de verduras del Grupo AN en la prestigiosa huerta del Valle del Ebro y la solvencia de ambas empresas, sus pilares para levantar el negocio. La suma de fuerzas llevó a la inmediata aceptación del mercado, que recibió productos totalmente novedosos con la marca Dimmidisi, hasta el punto de que se introdujeron en España, en la Ribera de Navarra, cultivos totalmente novedosos para atender las necesidades de la planta de Tudela. Jamás se habían cultivado en España brotes de lechuga o espinacas, ni la gama conocida como de *babys*, novedades introducidas por Dimmidisi desde el éxito en Italia que ahora son comunes en los lineales junto a los purés, bandejas de brócoli o coliflor listas para meter en el microondas y consumir cinco minutos después, o todo el desarrollo de frutas y snack.

Aceptación del mercado que llevó a Andrea Battagliola, en la etapa que estuvo al frente de la planta de Tudela, a la necesaria ampliación para atender la demanda de los clientes que ha llevado, en el periodo de máxima recesión económica de los últimos tiempos en España que se ha llevado por delante a muchas empresas, a más que duplicar la planta y facturar, el pasado año, 28 millones de euros. Ahora, con el regreso de Andrea Battagliola a su Italia natal para

hacerse cargo de toda la dirección general de la firma en el país transalpino y la dirección general de Vegetales Línea Verde Navarra en manos de Francisco Córdoba, analiza desde la perspectiva que permite la distancia este periodo de arranque e implantación de Dimmidisi en España con el Grupo AN como socio en una más que interesante entrevista que rezuma optimismo para el futuro, siempre desde el trabajo y solidez empresarial.

Para una enseña líder en Italia, como Vegetales Línea Verde Italia, ¿cómo valoras su alianza con el Grupo AN, con nuestra cooperativa?

Muy positivamente. La unión entre dos empresas líderes en sus respectivos países y mercados de origen, y con unas sinergias tan fuertes y claras, es una gran plataforma desde la cual alcanzar el éxito en el mercado de los vegetales frescos

envasados. Así VLV Navarra está alcanzando cada vez más tamaño y nuevos hitos en el mercado, y es así gracias al empuje de todos los empleados de VLV Navarra y a la base que les proporcionamos las dos empresas de origen, Grupo AN y Línea Verde Spa.

Usted ha estado al frente de la planta en Navarra, de la empresa en España, ¿está

“ Valoro muy positivamente la alianza con el Grupo AN. La unión entre dos empresas líderes es una gran plataforma desde la cual alcanzar el éxito en el mercado de vegetales frescos envasados ”

“ El mercado es muy duro, han dejado de existir muchas empresas de nuestro sector y nosotros cada vez somos más grandes y fuertes”

“ Los clientes que más están creciendo son aquellos que trabajan con nosotros”

“ Mi paso por España fue fantástico, tanto a nivel profesional como personal”

“ La forma de ser de la gente es muy abierta, muy amable y con pasión por el trabajo y por disfrutar de la vida, y eso se nota en la faceta profesional... La acogida de los agricultores fue muy fuerte y los frutos muy provechosos, por lo que invito a los agricultores de AN a que formen parte del proyecto para rentabilizar sus campos

Andrea Battagliola

Director Comercial La Línea Verde Italia S.p.A.



satisfecho con la penetración que se ha logrado en el mercado?

Mucho y cada vez más. No se nos tiene que olvidar que el mercado es muy duro, y los últimos años más, no en vano han dejado de existir muchas empresas de nuestro sector, bien por cierres bien por absorción de otras. Y nosotros podemos decir que cada vez somos más grandes y más fuertes en el mercado, y los clientes que más están creciendo son aquellos que trabajan con nosotros. Ya son 28 millones de euros de facturación en 2015, sólo 8 años tras la fundación de la empresa en mitad del período más conculso para la economía de las últimas décadas.

Otras empresas de cuarta gama irrumpieron en el mercado prácticamente a la vez que Vegetales Línea Verde Navarra, pero se vieron abocadas al cierre. ¿Cuál ha sido la clave del éxito de VLNV que ha duplicado ya sus instalaciones?

Sobre todo que nos enfocamos en dar a nuestros clientes y consumidores aquello que necesitan y demandan, que somos muy flexibles, que estamos siempre en vanguardia de la innovación y que tenemos una estructura societaria que nos da la fortaleza de no tener que preocuparnos por nada más que los tres primeros puntos que te acabo de comentar. Esta base de trabajo unida a excelentes profesionales que están muy motivados hacen que estemos consiguiendo estos resultados, con la ayuda y participación clave de los agricultores de la zona.

Ahora ha recalado en la sede original de su empresa en Italia, pero conoce perfectamente el hacer en España. ¿Cómo valora su paso por España y qué futuro augura al desarrollo de Dimmidis aquí? ¿Qué es lo que más le satisface y lo que menos le gustó?

Mi paso por España fue fantástico, tanto a nivel profesional como personal. La forma de ser de la gente es muy

abierta, muy amable y con pasión por el trabajo y por disfrutar de la vida, y eso se nota en la faceta profesional, donde los trabajadores consiguen hacer buenos equipos de trabajo y logran gestionar situaciones que no son fáciles gracias a los lazos que van creando entre ellos y a que comparten un objetivo común que todos sienten suyo. La acogida de los agricultores también fue muy fuerte y los frutos de nuestra labor común han sido muy provechosos, por ello invitamos a todos los agricultores de AN a que formen parte del proyecto porque no sólo es una iniciativa de gran proyección en el futuro sino que tiene un presente rico para rentabilizar sus campos y el esfuerzo de nuestra gente. No destacaría nada en negativo, ya que lo deseable es que el mercado vaya creciendo y sofisticándose más con nosotros de la mano pero me gustaría que se acelerara este ritmo y pronto esté a nivel europeo. Respecto a nuestro futuro, nuestras marcas están creciendo fuertemente y estamos logrando asaltar cada vez más segmentos, el futuro parece prometedor y creo que va a ser apasionante seguirnos.

Vegetales Línea Verde Navarra ha sido reconocido en su propia tierra, en Tudela, donde las verduras son su principal emblema por el prestigio que atesoran. ¿Cómo valora el reconocimiento que la firma ha tenido en la última Semana de la Verdura de Tudela? ¿Satisfecho?

Tudela, Navarra y España nos han acogido fantásticamente y continúan haciéndolo. Estamos muy orgullosos de que una tierra en la que tanto se sabe de la verdura y de los vegetales reconozca nuestro trabajo y nuestra contribución a su economía hortofrutícola. Por ello, estoy más que satisfecho pero también muy agradecido y siento la responsabilidad de ahondar todavía más en la contribución que hacemos a nuestra tierra y nuestra gente. Esperamos poder colaborar con cada vez más buenos agricultores y buenos profesionales para ello.

Fresc'al Dente



“Cuando el Grupo AN nos propuso unir su saber industrial con nuestro saber comercial vimos que teníamos una posición ganadora”

Andrea Battagliola estaba al frente de Vegetales Línea Verde Navarra, de la planta de Tudela, cuando el director del área industrial de frutas y verduras, Iván Romero, le presentó un producto innovador, en aquel momento todavía en fase de definición del envase final y etiquetado (packaging): las verduras naturales semicocidas. No dudó en apostar por la innovación, que ya estaba resuelta en el plano productivo y se adaptaba como guante a medida a la red de Dimmidis porque el transporte requería frío, como las ensaladas, y la presencia en el lineal pedía cercanía a las mismas.

¿Por qué apostó por el producto, qué le vio para pensar que sería interesante?

Este tipo de producto de verdura fresca cocida en envase transparente ya es toda una tendencia en algunos países europeos. Por ello cuando Riberega, Grupo AN, nos propuso poder unir su saber industrial en este tipo de productos junto con nuestro saber comercial vimos claro que teníamos una posición ganadora por la que apostar. En Línea Verde creemos firmemente en la innovación como motor del crecimiento del mercado de frescos y esta gama nos permite acercar la comodidad de unas verduras preparadas al lineal de vegetales frescos, es por ello que esta gama captó nuestra atención y decidimos apostar por ella.

“En Línea Verde creemos firmemente en la innovación como motor del crecimiento del mercado”

¿Por qué tomásteis la decisión respecto al peso de 300 gramos y formato en cuanto a plástico sin líquido de registro y vacío que dejase ver todo el producto y packaging?

Respecto al gramaje, 300g es la cantidad necesaria para una ración generosa de verdura o dos guarniciones con lo que el consumidor va a quedar satisfecho no sólo por el producto y el formato sino también por la cantidad. Respecto al formato, al ser una bolsa de film transparente sin líquido y al vacío nos permite mostrar al consumidor que lo que se lleva es verdura y sólo verdura, transparencia y honestidad total. Lo que ves es lo que te llevas. Y nosotros creemos firmemente en que la honestidad con el consumidor es la llave para forjar una buena relación a largo plazo con él.

¿Se está introduciendo en el mercado como esperabas, mejor o peor?

Está teniendo una buena acogida, clientes de primer orden como Carrefour, Aspiag (Italia), Eroski, Uvesco, El Corte Inglés, Consum y más nos han hecho hueco en sus lineales. Además ahora es el momento de que entre todos demos un paso adelante, mejorando todavía más los procesos productivos y la cadena de valor una vez se están generando nuevos clientes.

Expectativas de futuro para la gama.

El futuro es nuestro siempre que continuemos dando un buen producto con un gran envase a un precio atractivo, y está claro que las posibilidades de extensión del surtido son muy amplias, a la vez que seguiremos incorporando nuevos usos y nuevos momentos de consumo al concepto de

Verduras “al dente” únicas



Alcachofa y ensaladilla, nuevas referencias



Fresc'al Dente. Está claro que tenemos un caballo ganador y que nosotros somos los primeros interesados y responsables en continuar alimentando un concepto que puede hacer que Línea Verde y AN, juntos como socios que somos, crezca-

mos fuertemente en el lineal de frescos envasados y sigamos trayendo bienestar a nuestras empresas, a nuestros empleados y a todos los agricultores colaboradores a los que estamos muy agradecidos por su trabajo duro y su compromiso.