

DEFINICIÓN DEL MODELO

ESTRATEGIA

CREACIÓN DE VALOR: I+D+I



## Creación de valor: I+D+i

El Grupo Ebro siempre ha sido precursor de las nuevas tendencias de consumo y un referente internacional en la investigación y el desarrollo de productos aplicados al sector de la alimentación. Consciente de que la I+D+i es una herramienta esencial para el desarrollo de su estrategia de calidad y diferenciación, el Grupo ha continuado manteniendo durante el ejercicio 2016 una firme apuesta por la misma.

El total del gasto durante el ejercicio asciende a 4 millones de euros distribuidos entre recursos internos (2,9 millones de euros) y externos (1,1 millones de euros).

Las inversiones han ascendido a 6,1 millones de euros, la mayoría correspondientes a los productos sin gluten (2,2 millones de dólares hasta completar una inversión de 21,6 millones), correspondiendo el resto a nuevos procesos de fabricación y/o tratamientos de producto.

El Grupo ha construido su motor de I+D+i en torno centros de investigación en Francia, Estados Unidos y España. Estos centros y los principales proyectos realizados durante el ejercicio son:

1. El CEREC, ubicado en St. Genis Laval (Francia) e integrado por 10 trabajadores, está orientado al desarrollo de la división pasta en su gama de pasta fresca, patata, platos cocinados frescos y salsas. Durante el año 2015 su actividad se centró en ampliar la gama de salsas con un toque gourmet y de alta calidad, reposicionamiento de pasta frescas de alta calidad Triglioni y colaborar en la expansión del concepto Croque (sándwich) con la integración de Roland Monterrat.
2. CRECERPAL, ubicado en Marsella, con 8 trabajadores en el laboratorio de materia prima y análisis más un doctor que colabora en sus trabajos, focaliza sus investigaciones en el desarrollo de la categoría de trigo duro, pasta seca, cuscús y nuevas tecnologías de transformación alimentaria aplicadas a los cereales. En este año han ampliado los trabajos sobre nuevas aplicaciones de harinas de trigo duro destinadas a rebozados, panadería y bollería; mejoras en la productividad de la molienda, lanzamiento y ampliación de la gama de pasta seca con calidad de la pasta fresca y pastas sin gluten.
3. Estados Unidos, con cinco empleados que se dedican a desarrollo de nuevos productos, procesos y tecnologías o la adaptación de las mismas para las divisiones de arroz y pasta en Estados Unidos. Sus trabajos se han centrado en completar el desarrollo y lanzamiento la gama sin gluten (linguini, lasaña), trabajos para aumentar la eficiencia y productividad de la pasta para hornear y pastas con fibra mediante nuevos procesos

o reformulación de los mismos, la validación ante las autoridades americanas (FDA) de distintas variedades de grano y nuevas formulaciones para vasitos "Ready To Serve", y reformulaciones de productos multigrano y libres de gluten.

- Centros asociados al grupo Herba en Moncada (Valencia) y la planta de San José de la Rinconada, con 26 trabajadores dedicados al desarrollo de productos y tecnologías nuevas y/o mejoradas y a la asistencia técnica en las áreas de tecnología del arroz y sus derivados para la restauración moderna: fast-food y catering. El proyecto más importante que se está desarrollando consiste en el desarrollo de una línea de harinas funcionales e ingredientes con base arroz, cereales y legumbres, como harinas con bajo índice glucémico o de cocinado rápido.

## Innovaciones en producto

Fruto de esta política de I+D+i el Grupo lanza al mercado todos los años nuevos productos y conceptos que dinamizan las categorías en qué opera y satisfacen y se anticipan a las necesidades de sus clientes y consumidores.

130

Nº LANZAMIENTOS EN 2016

438

Nº LANZAMIENTOS ENTRE 2013-2016

30%

EN 2016

## Número de innovaciones en producto por compañía durante 2016

COMPAÑÍA	PAÍS	Nº PRODUCTOS LANZADOS EN EL 2016
Herba Ricemills	España	8
Panzani	Francia	22
Lustucru	Francia	27
New World Pasta	USA	14
Riviana	USA	5
Boost Nutrition	Bélgica	8
Catelli	Canadá	7
Olivieri	Canadá	4
Riso Scotti	Italia	9
Lassie	Holanda	11
Euryza	Alemania	3
Risella Oy	Finlandia	6
Arrozeiras	Portugal	6
<b>TOTAL</b>		<b>130</b>

# I+D+i Principales Innovaciones 2016

# 130

PRODUCTOS NUEVOS



## Evolución de innovaciones en producto entre 2013-2016

Durante el período comprendido entre 2013 y 2016, el Grupo Ebro ha lanzado 438 nuevos productos. Un 30% de ellos se corresponden con los efectuados en 2016.

COMPAÑÍA	PAÍS	Nº PRODUCTOS LANZADOS DESDE EL 2013
Herba Ricemills <sup>(2)</sup>	España	26
Panzani	Francia	71
Lustucru <sup>(1)</sup>	Francia	75
New World Pasta	USA	37
Riviana	USA	23
Boost Nutrition	Bélgica	20
Catelli	Canadá	23
Olivieri	Canadá	18
Riso Scotti	Italia	66
Lassie	Holanda	27
Euryza	Alemania	14
Risella Oy	Finlandia	12
Arrozeiras <sup>(2)</sup>	Portugal	13
Garofalo	Italia	13
<b>TOTAL NUEVOS LANZAMIENTOS</b>		<b>438</b>

\* Notas:

(1) En el periodo comprendido entre los años 2013 - 2016 se han dejado de comercializar 36 productos de los 75 lanzados

(2) Hay extensiones de productos de Garofalo a España y Portugal que no han sido incluidas

## Peso de las innovaciones en el negocio marquista

Las innovaciones de producto lanzadas al mercado entre 2013 y 2016 han tenido un peso total del 6,4% sobre el conjunto de ventas del negocio marquista del Grupo Ebro.

	VENTAS NUEVOS LANZAMIENTOS 2013-2016	% VENTAS NUEVOS LANZAMIENTOS ENTRE 2013-2016 / VENTAS COMPAÑÍA EN 2016
Herba Ricemills	11.730.016	10,1%
Panzani	34.109.000	10,2%
Lustucru Frais	14.911.000	13,0%
New World Pasta	14.421.935	5,0%
Riviana	11.553.922	1,8%
Boost Nutrition	2.010.126	18,0%
Catelli	7.512.460	7,6%
Olivieri	4.732.318	8,4%
Riso Scotti	13.633.573	7,9%
Lassie	4.494.059	16,2%
Euryza	2.915.551	6,6%
Risella Oy	558.285	13,2%
Arrozeiras	1.585.409	6,3%
Garofalo	3.080.613	4,3%