



Pizzas, hacia una oferta más prémium

Una elaboración más artesanal y con ingredientes de mayor calidad siguen marcando tendencia en este segmento

GEMA VILLEGAS

gema.villegas@alimarket.es

Una vez más, las pizzas frescas se mantienen como una de las principales categorías de platos refrigerados, tan solo ligeramente superadas en volumen por los gazpachos, aunque líderes absolutos en valor. Además, en un ejercicio complicado como el que hemos vivido, en el que la media del sector se anotó ligeros descensos, el consumo de este tradicional plato italiano, presente en los lineales de los supermercados españoles desde hace ya una veintena de años, consiguió mejorar de nuevo sus cifras. Y es que mientras que muchos platos refrigerados se han visto muy afectados por los meses de confinamiento y la posibilidad de hacer elaboraciones caseras, no ha sido el caso de las pizzas, quizá por la mayor dificultad de preparación de una buena masa en el hogar.

Analizando la evolución facilitada por las distintas consultoras, ésta ha sido positiva en todos los casos, tanto en volumen como en valor, y también en todos los estudios es más significativo el avance en M€, que en toneladas comercializadas. Las subidas más prudentes las ofrece IRI, con crecimientos que apenas superan el 1%, mientras que los datos de consumo en el hogar elaborados por el ministerio elevan esa progresión hasta un incremento del 3,9% y del 6% en volumen. En todo caso, los datos vuelven a evidenciar una tendencia que se viene advirtiendo

en este segmento en los últimos años: una demanda por parte del consumidor de productos cada vez más premium y con ingredientes más saludables a lo que la industria está dando respuesta con nuevas formulaciones y reordenamiento de sus catálogos.

Ejemplo de ello es la apuesta que está haciendo el líder marquista de la categoría, Casa Tarradellas -que además ocupa un lugar privilegiado también entre los fabricantes con marca de distribuidor, al ser totaler de Mercadona-, por relanzar algunas de sus pizzas bajo una nueva reformulación. A principios de este año, ampliaba su extenso catálogo de pizzas frescas con dos nuevas variedades basadas en el uso de masa de fermentación lenta, de hasta 24 horas. El resultado, según explican desde la compañía catalana, es una masa tierna y ligera que permite conseguir, una vez horneada, una corteza más crujiente y sabrosa. De momento, se han desarrollado dos sabores sobre esta nueva masa: jamón con tomates cherry y blanca 4 quesos (mozzarella, scamorza, cabra y curado). Como todas las pizzas que elabora la compañía, la harina utilizada proviene de un molino propio, donde se controla todo el proceso de elaboración: desde la selección del trigo, su molienda, el amasado y su fermentación. La apuesta por la masa madre no es la única innovación que Tarradellas ha realizado en la base de sus pizzas, ya que hace un par de años también ponía en el mercado una variedad de cinco semillas y cereales.

Por lo que se refiere a las referencias elaboradas bajo la



Evolución del mercado de pizzas refrigeradas en volumen (t) (*)

	May.'19-Abr.'20	May.'20-Abr.'21
Pizza de jamón y queso	21.167,4	21.064,7
Pizza de quesos	14.085,0	15.002,6
Pizza barbacoa	11.684,4	11.579,1
Pizza de atún	4.732,2	4.911,5
Pizza romana	1.848,0	1.817,5
Pizza margarita	942,4	961,9
Otros sabores	20.639,2	20.858,9
Packs/lotos	9.386,2	9.297,2
Total	84.484,8	85.493,5

(*) Hípers + sùpers de más de 100 m² en Península e Islas Canarias y Baleares.

Fuente: IRI

Casa Tarradellas amplía su gama de pizzas con variedades sobre base de fermentación lenta

marca 'Hacendado', también se han presentado tres nuevos sabores sobre masa madre que se incorporan a la decena que ya venía ofreciendo. Las referencias con base de larga fermentación que se venden en Mercadona son margarita, serrana (con jamón serrano y queso curado) y de pollo (pollo, calabacín, tomates cherry y queso de cabra).

Para aumentar la diferenciación de estas nuevas variedades, el envasado de estas pizzas de masa madre, tanto las de enseññas 'Casa Tarradellas' como las de 'Hacendado', se presenta en una caja de cartón y a un PVP algo superior, tratando de posicionarse entre los productos de gama alta. De forma paralela,

el envase del resto de pizzas que Tarradellas vende en Mercadona -con un total de 24 referencias de distintos sabores, tamaños y formatos, incluyendo opciones sin lactosa y sin gluten- también se ha modificado, en este caso dentro del compromiso de la cadena valenciana de reducir el uso del plástico y lograr una adecuada gestión de sus residuos. Así, ha cambiado los envases de sus pizzas por una opción más respetuosa con el medio ambiente. Estos nuevos envases están fabricados con plástico reciclado, como corresponde a los modelos basados en la economía circular. También Campofrío se muestra sensible a las demandas del consumidor

consciente, más preocupado por la sostenibilidad y que exige que las empresas sean más respetuosas con el medioambiente. En esta línea, ha iniciado el cambio de sus envases a bandejas reciclables. Además, durante el pasado año obtuvo el sello Ecosense, que certifica que sus bandejas incorporan material reciclado procedente de las mermas de fabricación.

Grandes y pequeños apuestan por los productos prémium

La apuesta por productos de gama alta parece confirmarse como la principal tendencia del mercado. Un mercado que continúa repartido mayoritariamente entre tres grandes fabricantes (Casa Tarradellas, Campofrío y Palacios Alimentación, que además se encargan de fabricar buena parte de la marca de distribuidor disponible en los lineales) y un creciente número de pequeñas y medianas empresas que apuestan, sobre todo, por la calidad y la elaboración artesanal como vía de encontrar su nicho de mercado. Aún así, como hemos visto en el caso de Tarradellas, las grandes también están ampliando su catálogo con las opciones para dar respuesta a demandas aún minoritarias, pero en plena expansión, como es el

Evolución del mercado de pizzas refrigeradas en valor (M€) (*)

	May.'19-Abr.'20	May.'20-Abr.'21
Pizza de jamón y queso	114,442	113,956
Pizza de quesos	80,652	85,582
Pizza barbacoa	60,269	59,998
Pizza de atún	26,935	27,891
Pizza romana	10,829	10,618
Pizza margarita	5,351	5,759
Otros sabores	119,730	122,034
Packs/lotos	52,123	51,593
Total	470,331	477,430

(*) Hípers + sùpers de más de 100 m² en Península e Islas Canarias y Baleares.

Fuente: IRI



Pizza & Salsa



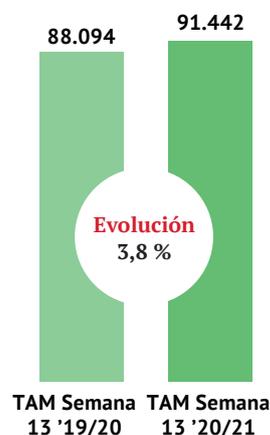
**ENVASE
SOSTENIBLE**

**“Añade la Salsa
y Disfruta aún
Más de tu Pizza”**



**NUEVA
¡Pruébalal!**

Evolución del mercado de pizzas refrigeradas en volumen (t) (*)



Fuente: NielsenIQ

caso de las bases a partir de masa madre, o la pizza vegana que Palacios ha lanzado con su nueva marca 'Revolugreen!'. Bajo esta enseña, la compañía riojana ha desarrollado un amplio catálogo de platos elaborados íntegramente con ingredientes de origen no animal y que incluye una variedad con champiñón, aceitunas, queso vegano y una alternativa cárnica que se asemeja al pollo.

Por su parte, Campofrío sigue basando su diferenciación en la peculiaridad de su gama 'Pizza & Salsa', con ocho variedades diferentes que incluyen sus respectivos sobres de salsa para añadir una vez horneada, aportando un extra de sabor y jugosidad. Como novedad, en el último año ha incorporado un nuevo sabor: 'Pizza & Salsa' de atún, cebolla asada y salsa teriyaki. "La receta de atún es una de las más demandadas por los hogares españoles y uno de los sabores que más ha crecido en el último año", explican desde Campofrío. "Esta nueva pizza de atún se caracteriza por tener una receta única y original, que incluye un sobre de salsa teriyaki, aportándole así un extra de sabor".

Dentro de recetas más saludables, la otra gran tendencia que marca la evolución de este mercado, la compañía también ha ampliado su oferta. La nueva pizza 'Vegalia', con queso de cabra y cebolla asada, se suma a su pizza de verduras asadas y queso curado con la que Campofrío inauguró su línea veggie "con muy buena acogida por parte de los consumidores" y que es apta para

el consumo por parte del público vegano.

Los nuevos dueños de 'Guapizzima' relanzan la marca

Pero son las empresas de tamaño medio las que más están apostando por productos con un precio de venta algo superior a lo que venía estando establecido para las pizzas en gran distribución. A cambio garantizan una elaboración más artesanal, el uso de toppings de calidad premium e incluyen sabores novedosos con los que sorprender a sus clientes. Es el caso de la marca 'Guapizzima', que recientemente cambiaba de propietarios y que está relanzando su catálogo de la mano de los nuevos dueños. Originariamente esta enseña fue creada por la empresa alicantina Marevendis, especializada en la fabricación y comercialización de productos a base de agua de mar. Sin embargo, durante el pasado verano dos emprendedores, conscientes del importante mercado que representan las pizzas refrigeradas -con un volumen anual de más de 85.000 t y un valor de cerca de 480

Evolución del mercado de pizzas refrigeradas en valor (M€) (*)



Fuente: NielsenIQ

La marca 'Guapizzima' se encuentra en pleno relanzamiento tras su reciente cambio de propietarios



M€, según datos de IRI- decidieron apostar por ella con la creación de la nueva sociedad Trigo Italiano.

Así, la nueva empresa se hizo con la marca 'Guapizzima' y con las

instalaciones fabriles en las que se venía produciendo, ubicadas en el Parque Tecnológico de Paterna, en Valencia. Por su parte, Marevendis continúa como proveedor de agua

de mar, lo que se mantiene como seña de identidad de estas pizzas. "El que la masa se elabore con agua marina permite tener en torno a un 20%-25% menos de sal en

**más
que
masa**

PIZZAS ARTESANAS
Elaboradas a mano



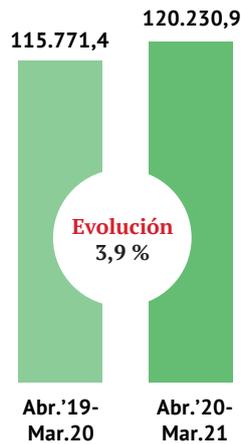
Porque la calidad exige tiempo

www.masquemasa.com

info@masquemasa.com

MONOGRÁFICO PIZZAS

Evolución del panel de consumo en hogares de pizzas refrigeradas en volumen (t)



Fuente: Mapa

Evolución del panel de consumo en hogares de pizzas refrigeradas en valor (M€)



Fuente: Mapa

el producto final”, explica Andrés Cortijos, uno de los impulsores del proyecto y con amplia experiencia en el sector alimentación, ya que en su día fue director general de la especialista en dulces navideños Confectionary Holding. No es esta la única peculiaridad de ‘Guapizzima’. La elaboración de una masa muy fina y el uso de ingredientes diferenciales y toppings de primera calidad completan la apuesta por una pizza refrigerada con un precio medio que se sitúa en torno a los 3,5 € y que aspira a hacerse un hueco relevante entre la oferta más prémium. “Es difícil competir con los grandes fabricantes, pero creemos que hay una gran oportunidad para un producto que apuesta por la calidad y la diferenciación”.

BOCADO
functional foods

LA AUTÉNTICA Pizza

LOW CARB Y PROTEICA

47% menos de carbohidratos
240% más de proteínas



Las presentaciones de los mixes son de 500g y 25kg

2 unidades 100 grs c/u
Vida útil 9 meses (atmósfera modificada)

RIETMANN
IBERICA

+34 646698281

hola@bocadofoods.com
info@rietmanniberica.com

Actualmente, el catálogo de la marca incluye 5 referencias: barbacoa (carne, salsa barbacoa y mozzarella), bellísima (pavo, harina de espelta, semillas de chía, mozzarella y tomate italiano), carbonara blanca (bacon, nata, cebolla caramelizada y queso grana padano), tartufina (jamón serrano, salsa con trufa y queso grana padano) y riviera (guacamole, cebolla morada y pollo especiado). A ellas se sumará en las próximas semanas una nueva variedad: formaggio tartufo, elaborada con queso gouda, cheddar, grana padano y mozzarella y aderezada con champiñones y salsa al tartufo.

En cuanto a los canales de venta, en una primera fase se está centrando en la gran distribución, estando ya disponible en

La nueva 'Más que masa' ha invertido 5 M en la puesta en marcha de una nueva fábrica

Consum, todas las enseñas de El Corte Inglés, Alcampo y Musgrave. "Estamos en avanzadas negociaciones con otras cadenas, a las que podríamos llegar a finales de verano", señala Cortijos. Además, también se están haciendo contactos con distintos distribuidores para aterrizar en el canal horeca, así como en puntos de venta especializados. De momento, el plan de negocio de la compañía prevé el asentamiento a lo largo de este 2021, para alcanzar unas cifras relevantes

Julio 2021

termoformado
termopack

Food packaging solutions

Films barrera Flexibles y rígidos

Una solución global para
el envasado de alimentos

Industria cárnica · Embutidos · Salas de despiece
Lácteos / Quesos · Pescado · Pizza · Pasta
Legumbres · Loncheados



Film flexible



Film semirígido



Flowpack films
Top lid films



HAFUGER
Termoformado Termopack Partners

tpack

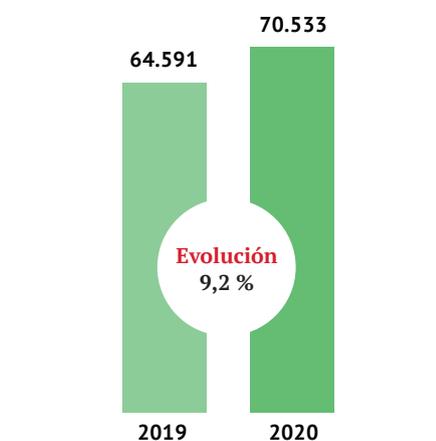
BRC / ISO9001 / ISO14001

Pol. Ind. Casa Nova II C/ Garrotxa, 7 - 17181 AIGUAVIVA GIRONA SPAIN
T: 00 34 972 394 396 F: 00 34 972 394 393

www.ttpack.es

MONOGRÁFICO PIZZAS

Evolución del mercado de pizzas refrigeradas en volumen (t) (*)



Fuente: NielsenIQ

durante el próximo año. El objetivo es alcanzar un volumen de 1,2 Mkg y una facturación para la nueva sociedad que podría situarse entre los 7 y los 7,5 M€.

‘Más que masa’, una nueva empresa con proyección

Con una cifra similar, en torno a 8 M€, confía en finalizar el año 2021 otra de las empresas que ha iniciado de forma reciente su actividad en retail. Se trata de la madrileña The Friends Company Rock que trabaja con la enseña ‘Más que masa’. Con poco más de un año en el mercado, pero gran experiencia en el mundo de la restauración, la compañía -que ya está presente en el lineal de grandes cadenas como El Corte Inglés y Alcampo- acaba de invertir 5 M€ en la puesta en marcha de una fábrica de 3.000 m² ubicada en el municipio de Villamantilla, un pequeño pueblo de la sierra de Madrid. Se trata de unas instalaciones de nueva construcción, habilitadas con diferentes medidas de eficiencia energética y certificadas con el sello de calidad IFS Food. Además cuenta con varias

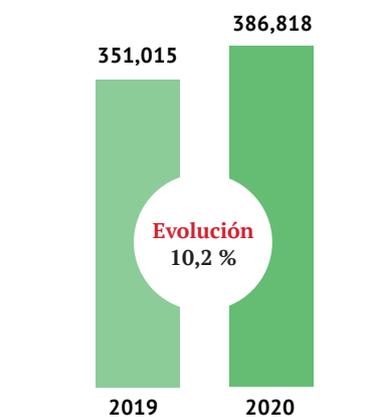
líneas de producción en congelado para el canal horeca y en refrigerado para el retail. “Nuestra capacidad de producción actual para el canal retail es de 16.000 pizzas al día y estamos a punto de incorporar nuevas líneas que nos permitan producir hasta 4 veces más”, explica su director, Ángel González.

Como en el caso de ‘Guapizzima’, los productos de ‘Más que masa’

se posicionan en la gama alta del mercado de pizzas refrigeradas y son elaboradas de manera artesanal y utilizando sólo materias primas de primera calidad. Sin aditivos ni colorantes, con levaduras y harinas seleccionadas y aceite de oliva virgen extra, su masa se caracteriza por un amplio periodo de fermentación, que alcanza las 72 h, y un estirado manual.

Pese a su reciente constitución, ‘Más que masa’ ya ha dado el salto fuera de nuestras fronteras, estando a la venta en Dinamarca, en Dubai y en varios supermercados de Andorra. Además, a corto plazo, la compañía comenzará a elaborar pizzas con marca de distribuidor para dos importantes cadenas españolas, encargándose de elaborar la categoría más premium de pizzas refrigeradas bajo MDD para ambos retailers. También son numerosos los nuevos productos que están desarrollando. Por ejemplo, recientemente ha puesto en el mercado porciones individuales de pizza. Este producto ya se vende en Dinamarca y el objetivo es implantarlo en otros países europeos antes de que acabe este 2021. También lanzará en breve una nueva

Evolución del mercado de pizzas refrigeradas en valor (M€) (*)



Fuente: KantarWorldPanel

marca, 'La Cuore Pizza', de elaboración también artesanal, pero que se posicionará en una categoría algo más económica, y una línea de salsas frescas para pizza que incluirán distintas variedades y usos (tomate, especial pizza y especial pasta).

Para hacer frente a todas estas novedades, la compañía prepara nuevos desembolsos. En concreto, tiene previsto destinar 6 M€ a nuevos hornos y diferentes maquinarias de envasado, al tiempo que también estudia ampliaciones logísticas y de instalaciones. También Andreu Alimentació, especializada en la elaboración de productos bajo marca de distribuidor, invertirá 1,2 M€ en el periodo 2020-21 en distintas mejoras de su centro y en maquinaria. A nivel de producto, en el pasado ejercicio lanzó pizza de verduras y halal

(apta para el consumo por parte del público musulmán), mientras que prepara el desarrollo de una nueva variedad griega y una base romana. Con todo, elevó su volumen de comercialización en casi un 8%, hasta alcanzar las 2.500 t.

Finalmente, las nuevas apuestas de Cor irán por incorporar variedades premium (barbacoa, rústica, serrana, 5 quesos) con una presentación más cuidada

en caja, mientras que 'Tutto Italia', que iniciaba su presencia en la distribución española en 2019 y que en 2020 ya ha alcanzado las 45 t comercializadas, ha sumado a su catálogo referencias saludables. En concreto ha incorporado una línea healthy con 3 referencias bio y una referencia vegana. Este incremento en sus volúmenes ha llevado a la compañía a sumar dos nuevas líneas de producción.

Datos de consumo de pizzas refrigeradas en 2020

Compradores	11,530 M	3,2%
Gasto medio	33,6 €	6,1%
Frecuencia compra (actos)	8,3	1,8%
Gasto por acto	4,10 €	4,1%

Fuente: KantarWorldPanel

andreu
good food 

Los productos de hoy
con el mismo
sabor de siempre 

Andreu Alimentació
fabricante industrial de
pizzas refrigeradas,
congeladas y halal 

También fabricamos con marca blanca.



www.grupandreu.com
info@grupandreu.com - Tel. +34 93 877 33 80

