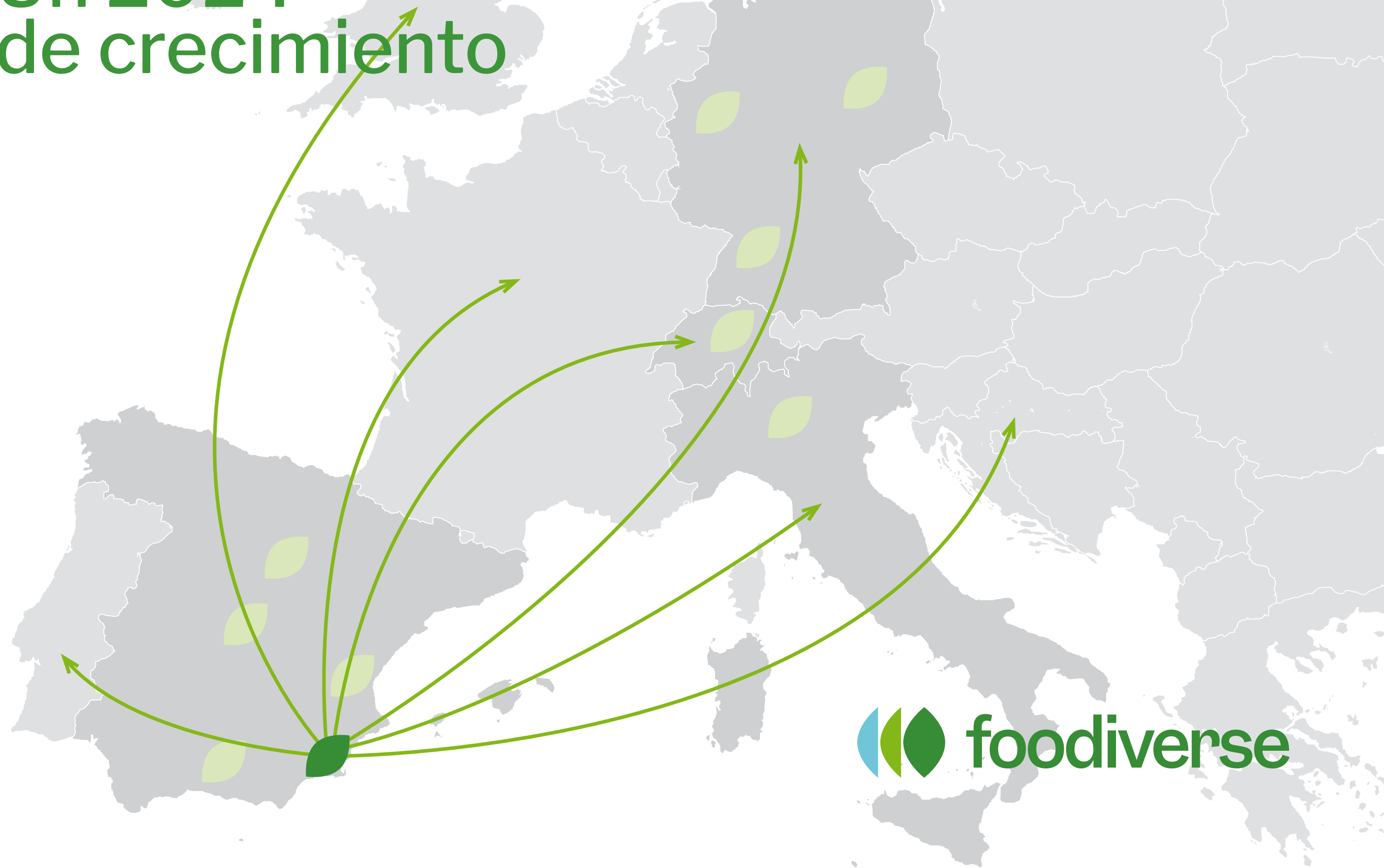


Un 2024
de crecimiento



Nuestra esencia

Carta del Presidente

2024 es un año que no olvidaremos fácilmente.

Por un lado, ha sido un año lleno de avances. En Foodiverse seguimos consolidando nuestro **liderazgo en alimentación saludable en Europa**, con productos frescos, innovadores y pensados para un consumidor que quiere cuidarse y disfrutar. Lo hemos hecho, como identidad nuestra que es, **apostando por la innovación, la máxima seguridad alimentaria y calidad, y la eficiencia**. De la mano de nuestro **socio Taylor Farms**, hemos dado pasos importantes que nos preparan para un futuro aún mejor.

Pero también ha sido un año muy duro. El 29 de octubre, la **DANA** golpeó con fuerza nuestras instalaciones de Verdifresh Ribarroja y las oficinas centrales, dejando a muchas personas afectadas, no solo en el trabajo, sino también en sus vidas personales.

A pesar de ser una situación extremadamente complicada, lo que vivimos después fue impresionante. Todo el equipo respondió con una implicación y una generosidad que hacen que uno se sienta orgulloso de pertenecer a un equipo como el de Foodiverse. Desde la limpieza y puesta a punto de nuestras instalaciones, hasta la rapidez con la que recuperamos el servicio en cinco semanas gracias al apoyo de las plantas de Verdifresh en Antequera y Aranda, o el esfuerzo enorme de Agromediterránea para asegurar el abastecimiento. Fue un **ejemplo de trabajo en equipo, de compromiso y de lo que significa formar parte de esta familia**.

Gracias de corazón a todas las personas que hacéis posible Foodiverse y felicidades por todos los logros que descubriréis en las próximas páginas. Por supuesto, agradezco también el **apoyo de nuestros clientes, proveedores y demás colaboradores**: gracias a ellos, lo que hemos conseguido este año, a pesar de todo, es increíble. Me siento muy orgulloso de lo que somos, y tengo plena confianza en nuestro futuro. Tenemos talento, tenemos pasión, y tenemos una misión clara: **seguir liderando nuestra revolución saludable**.



Joaquín Ballester, Presidente de Foodiverse

Nuestro propósito: liderar la revolución saludable



Misión

Nuestra misión es ayudar al consumidor a mantener una alimentación equilibrada, pero siempre de forma fácil, apetecible y de tendencia, que le permita disfrutar del día a día, en cualquier momento y en cualquier lugar.

Visión

Queremos ser la compañía de producto fresco y saludable preferida por los clientes y consumidores, creando valor a largo plazo para accionistas, trabajadores y colaboradores y generando un impacto positivo en nuestro entorno.



Valores compartidos



Innovación



Máxima seguridad
alimentaria y calidad



Eficiencia

Principales cifras 2024


FACTURACIÓN
358,1 M€

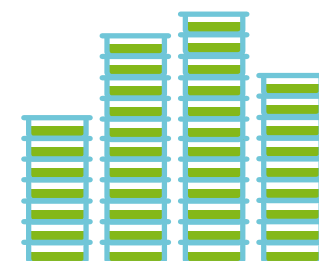



7,8 M€
DE INVERSIÓN


+1.500
REFERENCIAS EN SURTIDO


SUPERFICIE INDUSTRIAL
+55.000m²


2.400
EMPLEADOS


196,5 M
UNIDADES VENDIDAS
FRESCO Y LISTO


82.440
TONELADAS VENDIDAS
DIRECTOS DEL CAMPO


27
FINCAS DE CULTIVO


7 PLANTAS DE
PRODUCCIÓN


+40
REFERENCIAS DE
SURTIDO BÍO


130
NOVEDADES
EN 2024


+2.700 HECTÁREAS
GESTIONADAS


1 COMERCIALIZADORA Y
DISTRIBUIDORA EN ESPAÑA

Un grupo en constante crecimiento

Foodiverse hoy

Foodiverse, con presencia en España, Alemania, Suiza e Italia, es **líder europeo en la producción de ensaladas listas para consumir tanto en bolsa como en bowl, así como un sinfín de platos y opciones saludables**. Nuestras operaciones de cultivo de vegetales frescos en la proximidad de nuestras plantas de producción, así como los proyectos de intensa colaboración con nuestros clientes, nos permiten mantener una **cadena de distribución eficiente** para que nuestros productos lleguen siempre frescos a los consumidores europeos. Actualmente, el grupo está compuesto por las siguientes compañías*:



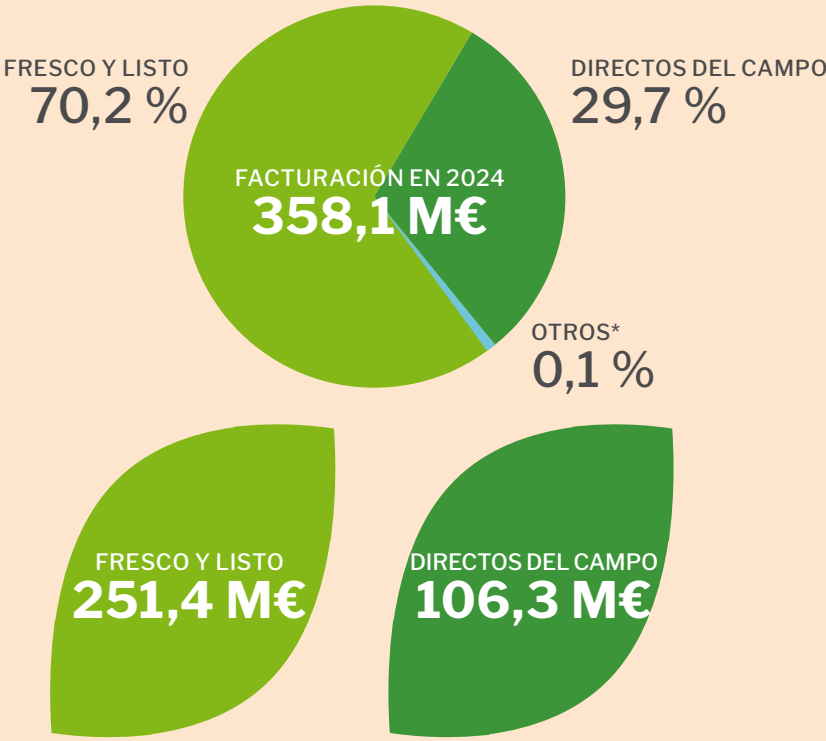
*Durante 2025, ampliamos el negocio en Alemania con la **adquisición de una nueva compañía con plantas de producción en Reutlingen y Straelen**, a nuestro centro de producción de Thurland bajo la marca Greenfresh.

foodiverse	Vegetales directos del campo	Ensaladas y productos frescos listos para consumir					
		Ensaladas en bolsa	Ensaladas en bowl	Productos para cocinar	Foodservice	Fruta pelada	Otros (untables, gazpachos, etc.)
AGRO-Mediterranea							
Verdifresh							
Müller							
Greenfresh							
Cortoverde							
Comfresh							

2024 en cifras

2024

FACTURACIÓN



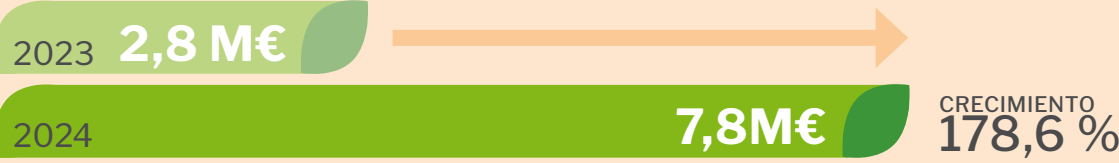
*Facturación no asociada a productos.

2023/2024 Tendencias

FACTURACIÓN



INVERSIÓN



Una firme apuesta comercial

Vegetales directos del campo

En 2024, Agromediterránea lleva nuestra revolución saludable a 14 mercados europeos, a través de **32 variedades de vegetales frescos**, cultivados en nuestros campos a orillas del Mediterráneo. Además, al seguir aumentando nuestra red de clientes, continuamos nuestro objetivo de acercar al consumidor toda la frescura de nuestros productos de la tierra.

285
CLIENTES EN
14
MERCADOS



Ensaladas y productos frescos listos para consumir

Verdifresh ha conseguido grandes éxitos, consolidando su **relación con las principales cadenas de distribución tanto en España como en Portugal** y dinamizando los lineales de frescos al ampliar su surtido con proyectos de colaboración de calado.

Destacamos, entre otros, la llegada de nuestras **ensaladas ultrafrescas** a la sección de platos listos para consumir, la consolidación de los platos microondables para cocinar al vapor, así como el lanzamiento de **nuevas recetas fruto de la innovación y del trabajo conjunto con nuestros clientes**, como las ensaladas César light, la Marinera y la Isla de Capri. En Portugal, además, afianzamos nuestra posición también en el **canal Horeca** y obtenemos el sello Sabor del Año 2024 con dos de nuestras ensaladas en bowl.

Por su parte, nuestra marca Freshkia fue elegida como **Rocket Brand 2024** por su originalidad conceptual, su acierto al elegir el *momentum*, su planteamiento y su capacidad para seguir innovando. Gracias a Comfresh,



ha continuado **ganando presencia en supermercados locales** de toda España. Además, fomentamos el consumo durante el verano de nuestros *snacks* y salsas saludables Freshkia a través de diferentes campañas, tanto en redes sociales como en aeropuertos (canal *travel retail*).

2024 ha sido también un año muy retador para Greenfresh. Desde nuestra planta de Thurland, hemos **dinamizado en un tiempo récord los lineales de frescos de las principales cadenas de distribución**, tanto con nuevos productos como con nuevos formatos.

De Josef Müller Gemüse cabe destacar la increíble coordinación entre todos nuestros equipos y la **estrecha relación mantenida con los clientes**, que nos ha permitido incrementar el negocio gracias una mejora de la calidad y el servicio, así como por la introducción de nuevas referencias.

Ortoverde ha consolidado su relación con los clientes ya existentes y reforzado su posición en el mercado de este país a través de la introducción de **nuevas referencias de ensaladas en bolsa**.

Principales citas comerciales

Nuestros equipos han acudido a las principales ferias del sector de la agroalimentación, como **Fruit Logística** (febrero, Berlín), el **Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas** (junio, Valencia) y **Fruit Attraction** (octubre, Madrid).

Líderes en innovación

130 lanzamientos en 2024

Vegetales directos del campo

Coincidiendo con la feria Fruit Attraction, publicamos el libro “**Recetas con IA de Freshkia**”. Este recetario ofrece una experiencia gastronómica única, al unir tradición y tecnología, y permite disfrutar de la explosión de sabor, texturas y color de los ingredientes naturales y frescos de nuestra marca propia.



Descarga el libro.

Ensaladas y productos frescos listos para consumir

Destacamos en España, el lanzamiento de una **nueva categoría de productos: vegetales en bolsa y bowl listos para cocinar**, ya sea en forma de salteado o crema-, o la introducción de las ensaladas ultrafrescas en la sección de platos listos para comer.



Asimismo, seguimos ampliando el surtido con nuestra marca Freshkia, con la presentación en Fruit Attraction de dos referencias de **salad kits** -un nuevo formato XL de ensalada en bolsa ideal para compartir-, así como con **nuevas recetas** de ensalada en **bowl**, como la ensalada Italiana, y bolsas de vegetales microondables, como el **Wok asiático**.

Además, hemos apostado por incrementar desde todas nuestras compañías las relaciones con los clientes,

con quienes organizamos múltiples **workshops** con el fin de estudiar su surtido y plantearles nuevas propuestas, consolidándonos como sus **partners de innovación**.

NUESTROS PROVEEDORES

- 460 PROVEEDORES DE 10 PAÍSES
- 211 PRODUCTORES AGRÍCOLAS
- 143 PROVEEDORES DE TOPPINGS Y OTROS
- 106 PROVEEDORES DE MATERIALES AUXILIARES
- 77 % DE LOS PROVEEDORES DE ORIGEN LOCAL
- 1.400 REFERENCIAS SUMINISTRADAS



Fruto de esta estrecha colaboración, podemos destacar el desarrollo de nuevas recetas de la **gastronomía global** (con ingredientes como *cous cous*, quinoa o lentejas, y referencias como la ensalada Mykonos o la Isla de Capri), así como otras adaptadas a los **gustos locales** y que integran alimentos típicos del país, como el plato microondable Hot Meal Spätzli comercializado en Suiza.

Innovación colaborativa

Durante 2024, nuestros profesionales participaron en los **foros más destacados** con el fin de compartir buenas prácticas de diferentes temáticas, como seguridad alimentaria, envasado, logística eficiente, comunicación, etc.

Asimismo, a través de nuestra marca Freshkia organizamos la 2.ª edición del **Freshkiaton** con 300 estudiantes de la universidad CEU de Madrid y València. El reto planteado fue idear una campaña de marketing para el lanzamiento de nuestro surtido de **snacks**, salsas y ensaladas, así como la co-creación de contenidos para dar visibilidad a la marca en redes sociales.

Realizamos de forma continua **test con consumidores**, y cabe destacar la organización de un *focus group* en colaboración con AINIA para conocer su opinión sobre nuestros platos microondables y, además, rediseñar el envase para explicar mejor esta categoría de producto.

Por último, a finales de 2024 se finalizan dos proyectos de innovación colaborativa en materia de seguridad alimentaria en los que estábamos participando desde Verdifresh. Por su parte, el proyecto **Predimic**, perseguía desarrollar una herramienta predictiva que estime el riesgo de contaminación microbiológica durante el proceso de elaboración de alimentos, mientras que el proyecto **Bacterio** se ha enfocado en el desarrollo de un sistema de detección de patógenos de forma rápida, sencilla y de bajo coste.

Expertos en operaciones

En 2024, como parte de nuestro espíritu de mejora continua, así como gracias a una **inversión total de 7,8 M€** -lo que supone casi 3 veces más que el año anterior-, hemos puesto en marcha numerosos proyectos que nos han permitido ofrecer la mejor calidad y servicio a nuestros clientes, así como ganar en seguridad alimentaria y eficiencia.

En Agromediterránea, finalizamos el ambicioso **proyecto de reingeniería** en el estábamos trabajando en colaboración con uno de nuestros principales clientes para maximizar la frescura y calidad de vegetales como rabanitos, maíz dulce y diferentes variedades de lechuga. Para ello, una de las grandes inversiones ha sido la instalación de una nueva línea completa para el lavado y mejora de la calidad del rabanito. Además, durante 2024 hemos obtenido la **certificación IFS Broker**, así como los **certificados Nurture y QS**, exigidos por algunos de nuestros clientes de Reino Unido y Alemania.

Cabe destacar el esfuerzo de Agromediterránea y de las plantas de Verdifresh para asegurar el éxito del **Proyecto Frescura** emprendido entre 2023 y 2024. En aras de mejorar la frescura y calidad de nuestros productos, hemos conseguido acortar los plazos desde la recolección hasta que nuestras ensaladas llegan al lineal, lo que ha implicado un importante cambio en la forma de fabricar, planificar y aprovisionar.

CERTIFICACIONES INTERNACIONALES DE SEGURIDAD Y CALIDAD

Verdifresh [®]	IFS Food, SGS, MSC, BRC
Comfresh [®]	IFS Broker, GLOBALG.A.P., BRC
AGRO [®] mediterránea	IFS Broker, GLOBALG.A.P., Sedex, Planet Proof, CAERM, M&S Field to Fork
	IFS Food, BRC FOOD, GLOBALG.A.P., GRASP, SPRING, NURTURE, PLANET PROOF, LEAF, GMO FREE
Greenfresh [®] THURLAND	IFS Food, BRC, GLOBALG.A.P., MSC, ASC, STANPA PADANG
müller [®]	IFS Food, SwissGAP, Aus der Region, BIO
Ortoverde [®]	IFS Food, GLOBALG.A.P.

En nuestras plantas de IV gama, subrayamos mejoras como la **instalación de nuevas líneas de bowls** en Verdifresh, equipos de inspección de sellado con inteligencia artificial, o la nueva línea de envasado de bolsas de ensalada en Josef Müller Gemüse.

COMPROMETIDOS CON LA MÁXIMA CALIDAD

- 58 AUDITORÍAS INTERNAS
- 43 AUDITORÍAS HOLD
- 24 AUDITORÍAS EXTERNAS DE CERTIFICACIÓN DE PLANTAS
- 16 AUDITORÍAS DE CLIENTES
- 38 AUDITORÍAS DE TRAZABILIDAD A PROVEEDORES
- 6 SIMULACROS DE CRISIS ALIMENTARIAS
- 1 SIMULACRO DE CONTINGENCIA

Espíritu HOLD

Higiene, Orden, Limpieza y Disciplina son los requisitos que nos fijamos voluntariamente para asegurar la máxima calidad y seguridad alimentaria en nuestras instalaciones, procesos y productos.





Además, como parte de nuestro compromiso por mejorar la sostenibilidad de nuestros productos, las plantas de Verdifresh han conseguido la **certificación Marine Stewardship Council (MSC)** -certificación con la que ya contábamos en la planta alemana de Thurland-, que reconoce y premia la pesca sostenible del atún que utilizamos en nuestras ensaladas.

Por otro lado, hemos seguido trabajando en el proyecto **Clean label**, enfocado a la mejora nutricional de todos nuestros productos, especialmente enfocado a las salsas de nuestras ensaladas.

Finalmente, durante todo 2024 ha tenido lugar una campaña interna global de sensibilización dirigida a cultivar una **cultura de seguridad alimentaria** en nuestro día a día profesional y personal mediante consejos e instrucciones.

Digitalización

Desde el área de IT & Digitalización, uno de los hitos más relevantes de 2024 ha sido la puesta en marcha de un **segundo centro de datos propio**, con la máxima calificación en seguridad, lo que mejora nuestra continuidad operativa y capacidad de recuperación ante incidentes. También se ha configurado un sistema de doble autenticación que refuerza la protección de los equipos frente a accesos no autorizados.

A estos logros se suma la virtualización de las centralitas telefónicas de las distintas compañías del grupo en España, mejorando la **flexibilidad y eficiencia de las comunicaciones internas**. Además, en colaboración con el departamento de Comunicación, se ha lanzado una campaña de concienciación con buenas prácticas de ciberseguridad para todos los empleados.

El mejor talento

En Foodiverse estamos comprometidos con el crecimiento de nuestras personas como parte de nuestro **compromiso con el talento interno**. Así, durante 2024, hemos puesto en marcha diferentes iniciativas que han permitido a nuestros profesionales continuar con su desarrollo profesional.

Debemos destacar el **programa LeadForward** diseñado para acompañar al talento con alto potencial de crecimiento en el grupo, a través del refuerzo de las habilidades de liderazgo y gestión de equipos. Además, se llevaron a cabo diferentes formaciones, impartidas por nuestros propios profesionales, sobre temáticas tan variadas como SAP BI o Excel, así como otras para reforzar los conocimientos de nuestros equipos en seguridad vial y seguridad alimentaria.

En nuestra búsqueda por **incorporar el mejor talento local**, hemos participado además en numerosas ferias de empleo. Asimismo, destacamos la aprobación del plan de igualdad y del nuevo Convenio Colectivo de Verdifresh.



Salud y seguridad de nuestras personas

Como parte del compromiso Foodiverse con la seguridad y salud de nuestras personas, los departamentos de **Prevención de Riesgos Laborales** han **incrementado en 2024 un 21 % las horas de formación** sobre temáticas tan variadas como ergonomía, atmósferas explosivas, fugas de amoníaco, seguridad vial, trabajos en altura u operación de carretillas elevadoras y tractores y maquinaria agrícola.

Cabe destacar además las **mejoras de protección contra incendios** llevadas a cabo en las plantas de Verdifresh, con mecanismos de detección temprana y automática de humo o equipos de extinción automática; así como la implementación de un **protocolo de prevención frente al golpe de calor** en la unidad agrícola.

Dada la multiculturalidad de la plantilla de Josef Müller Gemüse, en la planta suiza se ha reforzado la **formación multilingüe a los equipos**, en hasta 18 idiomas, mientras que en Ortoverde y Greenfresh Thurland nuestros esfuerzos se han centrado, entre otros, en la actualización de las evaluaciones de riesgo y en mejoras en el alumbrado, respectivamente.



Prevención de riesgos laborales

 **+3.400**
HORAS DE FORMACIÓN
A EMPLEADOS

 **28**
AUDITORÍAS EXTERNAS

 **190**
AUDITORÍAS INTERNAS

 **48**
MEDICIONES
MEDIOAMBIENTALES

 **+1800**
RECONOCIMIENTOS
MÉDICOS





Fortaleza ante la adversidad: DANA en Valencia

El 29 de octubre, una DANA de intensidad excepcional provocó el **desbordamiento del barranco del Poyo**, situado a solo unos metros de **Verdifresh Ribarroja y Foodiverse**, lo que afectó gravemente nuestras instalaciones y a muchos empleados, si bien solo hubo que lamentar daños materiales.

Durante los días y semanas posteriores, **todo el equipo realizó un esfuerzo extraordinario** para continuar dando servicio a nuestros clientes y restablecer nuestras operaciones lo antes posible. Más de 75 empleados de Ribarroja se desplazaron temporalmente a las plantas de Aranda y Antequera, mientras decenas de voluntarios colaboraron en las primeras tareas de limpieza, cumpliendo con las pertinentes indicaciones de seguridad y protección de la salud.



Gracias a un impecable trabajo en equipo, con la involucración de todos los departamentos para coordinar y optimizar los recursos personales y materiales, **en tan solo cinco semanas fue posible recuperar la producción** en Verdifresh Ribarroja, planta en la que además se aprovechó la reconstrucción para llevar a cabo diversas mejoras.

También **proveedores y clientes** nos acompañaron y brindaron el apoyo y la comprensión necesarios en estos momentos tan delicados para el grupo.

La respuesta de todos ante esta situación sin precedentes puso en relieve la **solidez del equipo humano que conforma Foodiverse**: personas comprometidas, resolutivas y capaces de superar hasta los retos más complicados con profesionalidad y espíritu de colaboración.

A todos vosotros: **GRACIAS.**





Comprometidos con el medioambiente

En 2024, hemos reforzado nuestro propósito de dejar una huella positiva.

🌱 Agromediterránea ha participado en el **proyecto NITROSFERA**, una iniciativa del Grupo Operativo de Nutrición Vegetal Sostenible (NUVES) y Proexport que tiene como objetivo reducir el abono nitrogenado en zonas especialmente sensibles. Medidas como la biosolarización para la desinfección natural del suelo y la reducción de productos fitosanitarios tradicionales, nos permiten **mejorar la sostenibilidad de nuestros cultivos y promover la biodiversidad del suelo**. Además, durante 2024, hemos renovado las certificaciones medioambientales **Spring, PlanetProof y LEAF Marque**.

🌱 Desde nuestras plantas productivas, en el marco de nuestra estrategia de economía circular, hemos dado una **segunda vida como alimento de ganado** a



más de 7.400 t de restos, materias primas vegetales y mermas que no podían ser reaprovechados. Desde Greenfresh Thurland y Ortoverde, se han destinado 1.850 t como **compostaje y abono**, mientras que 4.362 t de restos de fruta y verdura de Josef Müller Gemüse han servido para la producción de **biogás y electricidad**.

🌱 También hemos continuado trabajando en diversos proyectos de eficiencia energética para **reducir las emisiones** de los diferentes centros productivos, siempre buscando hacer un uso óptimo de los recursos.

🌱 Desde Foodiverse, en aras de minimizar el desperdicio alimentario, ofrecemos nuestros productos en **diferentes formatos** -maxi, individuales, etc.- para adaptarlos a las necesidades de cada consumidor.

🌱 Asimismo, **apostamos por la reducción del gramaje y el uso de monomateriales y materiales reciclados en nuestros envases**: de hecho, nuestras ensaladas completas contienen ya un mínimo de 80 % de rPET y son 100 % reciclables. Además, algunas de nuestras ensaladas se comercializan en *bowl* de cartón e incluyen tenedor de materiales reutilizables y compostables como el PLA, y biodegradables, como el bambú certificado FSC; o incluso sin cubierto.



Revolución responsable

En Foodiverse, entendemos que liderar la revolución saludable va mucho más allá de elaborar productos frescos y sabrosos. Por ello nos comprometemos a generar un **impacto positivo y duradero en nuestro entorno**.

Fomento de hábitos saludables

Para fomentar un estilo de vida saludable entre nuestras personas, lanzamos el reto saludable **Healthy Cities**, que anima a andar 6.000 pasos diarios durante dos meses, patrocinamos dorsales para diferentes **carreras locales**, como las solidarias “Valencia Contra el Cáncer 2024” y “Murcia en Marcha Contra el Cáncer”, y celebramos en todos nuestros centros los Días de la Fruta.

+80.000
UNIDADES DE PRODUCTO
FRESCO Y LISTO
DONADOS

+45.000 KG
DE VEGETALES FRESCOS
DIRECTOS DEL CAMPO
DONADOS



Solidaridad

Verdifresh ha recibido un **reconocimiento** por parte del Centro de Transfusión de la Comunitat Valenciana y la Asociación de Donantes de Sangre de la Provincia de Valencia **por su compromiso con la donación de sangre** y su solidaridad. De hecho, solo un día antes de la DANA, se celebró en Verdifresh Ribarroja y Foodiverse una campaña de donación.

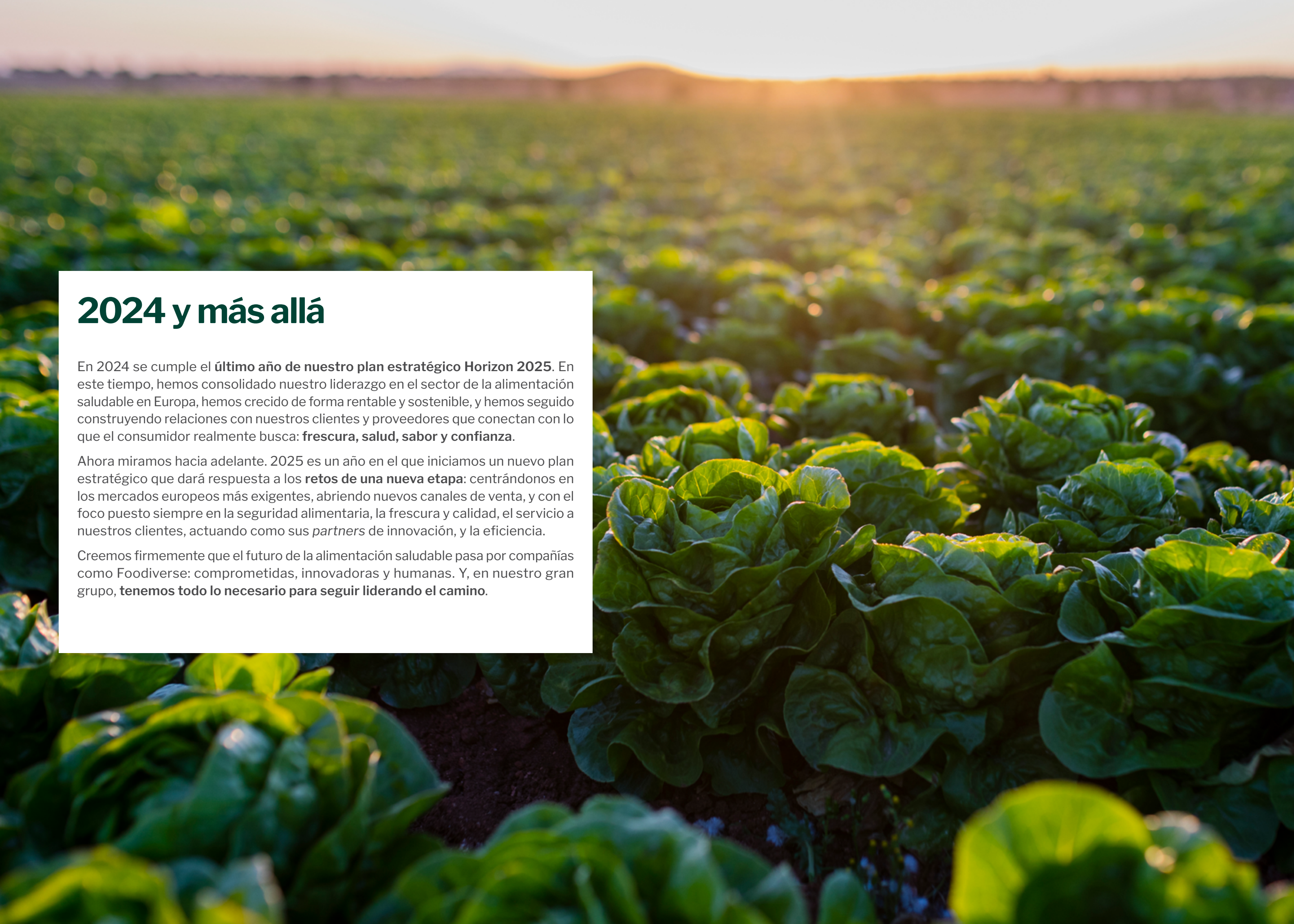
Como cada Navidad, en colaboración con **Cruz Roja**, los empleados del grupo Foodiverse han cumplido los deseos de niños cuyas familias están en situación de vulnerabilidad. Cabe destacar que los regalos adquiridos por empleados de Valencia fueron entregados a niños de la zona de l’Horta Sud que se habían visto afectados por la DANA.

+85.000
TAPONES RECOGIDOS

+140
MÓVILES ANTIGUOS
DONADOS

Compromiso con nuestras personas

En 2024, además, hemos continuado apoyando el **Plan Familia**, que desarrollamos junto con la Fundación Adecco. Gracias a esta acción, cuatro niños con discapacidad hijos de nuestros empleados han podido acceder a intervenciones especializadas y personalizadas.



2024 y más allá

En 2024 se cumple el **último año de nuestro plan estratégico Horizon 2025**. En este tiempo, hemos consolidado nuestro liderazgo en el sector de la alimentación saludable en Europa, hemos crecido de forma rentable y sostenible, y hemos seguido construyendo relaciones con nuestros clientes y proveedores que conectan con lo que el consumidor realmente busca: **frescura, salud, sabor y confianza**.

Ahora miramos hacia adelante. 2025 es un año en el que iniciamos un nuevo plan estratégico que dará respuesta a los **retos de una nueva etapa**: centrándonos en los mercados europeos más exigentes, abriendo nuevos canales de venta, y con el foco puesto siempre en la seguridad alimentaria, la frescura y calidad, el servicio a nuestros clientes, actuando como sus *partners* de innovación, y la eficiencia.

Creemos firmemente que el futuro de la alimentación saludable pasa por compañías como Foodiverse: comprometidas, innovadoras y humanas. Y, en nuestro gran grupo, **tenemos todo lo necesario para seguir liderando el camino**.

