

Alimarket

'DanoneWave' es una realidad y crea una división para alternativas vegetales

JAVIER RODRÍGUEZ | 18/04/2017 | Lácteos



La nueva unidad de negocio de Danone bautizada como 'DanoneWave' es ya una realidad en el mercado, toda vez que la multinacional francesa ha conseguido completar la adquisición ya anunciada del grupo The WhiteWave Foods, operación valorada en unos 12.500 M\$. Primero, el pasado mes de diciembre, fue la Comisión Europea la que dio el "ok" a los términos de la adquisición, y, ahora, ha sido el Tribunal del Distrito de Columbia el que ha dado luz verde definitiva a la transacción. Finalmente, los dos únicos condicionantes han sido la venta del negocio de leches vegetales de crecimiento de la empresa Alpro en Bélgica y de la filial Stonyfield en Estados Unidos, ambas sociedades pertenecientes a WhiteWave. Danone considera clave esta operación para su futuro.

En Norteamérica, la compra de WhiteWave agrega a Danone unas ventas anuales de 4.000 M\$. Esto hará que ese mercado pase a representar el 25% de los ingresos de la multinacional francesa, frente al 13% de 2016. Así, **Danone se posicionará entre los 15 primeros fabricantes de alimentos y bebidas en Estados Unidos y el primero en refrigerados lácteos.** La dirección de la naciente DanoneWave en Estados Unidos recaerá en Lorna Davis.

Nueva unidad de negocio con Alpro como bandera

Por su parte, **en Europa el principal vector de crecimiento para Danone tras la compra de WhiteWave será la belga Alpro, líder con una cuota de mercado del 43% en leches vegetales** y lista para su expansión en yogures y postres vegetales. Alpro cuenta con tres plantas de producción, la principal ubicada en Wevelgem (Bélgica) y las dos restantes en Kettering (Inglaterra) e Issenheim (Francia). **La compañía ha invertido 270 M€ en estas instalaciones en los últimos cinco años.** El pasado ejercicio invirtió 115 M€, de los cuales 80 M se desembolsaron en su planta de Bélgica, para incrementar un 25% su capacidad de producción. Alpro, con 1.100 empleados, obtuvo unas ventas de 522 M€ en 2016. Tras su adquisición, **Danone ha creado una unidad de negocio específica para alternativas vegetales a la leche, con el objetivo de hacer crecer esta categoría de productos a nivel mundial.** Esta unidad de negocio será capitaneada por Gustavo Valle y por Bernard Deryckere, actual consejero delegado de Alpro.

España, pendiente de esta nueva unidad de negocio

El problema de la compra de White Wave Foods y su subsidiaria Alpro por parte de Danone alcanza ahora a Capsa ('Central Lechera Asturiana'), que lleva desde 2004 desarrollando la marca 'Alpro' en España. Respecto a la comercialización de 'Alpro' en nuestro país, de momento, fuentes de la dirección de Danone han explicado a Alimarket que "la misión de Danone es aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas posible sean cuales sean sus preferencias. Por tanto, creemos que es bueno incrementar nuestras propuestas con productos que respondan a estas diferentes opciones y, en este contexto, la incorporación de WhiteWave a Danone es una muy buena noticia. En cuanto a cómo lo abordaremos a nivel local, **no podemos anticiparnos ya que aún hay aspectos técnicos relevantes globales que deben trabajarse**".

Alimarket