

El subidón de la sidra gasificada: la venta crece un 50% en España

La apuesta por la "cider" de multinacionales como Heineken abre un mercado que las fábricas asturianas quieren aprovechar

Oviedo, Pablo CASTAÑO

El consumo de sidra gasificada en España se ha disparado casi un 50% entre mayo del pasado año el de este, según datos de la consultora Nielsen. Los analistas señalan que ese fuerte crecimiento está vinculado a la reinención del sector y a la apuesta de grandes multinacionales por la categoría de las "cider", un tipo de sidra gasificada producida para ser consumida de forma recurrente y con sabores y formatos (botellín) más accesibles. Esa bebida se está haciendo un hueco en las barras de los bares y en los lineales de los supermercados de España, lo que es visto como "una oportunidad" por las fábricas de sidra de Asturias.

La marca Ladrón de Manzanas, lanzada en España por el grupo Heineken con el apoyo de importantes campañas de publicidad y marketing, se ha convertido en la punta de lanza del sector. La consultora multinacional Nielsen la distinguió a esa sidra como "Innovación rompedora 2019" en España tras superar el listón de los 10 millones de facturación en su primer año de vida y mantenerlo en el segundo. "El éxito reside en cómo han sabido adaptar un producto que ya existía en otros países (con gran éxito en Reino Unido) al consumidor local", según Nielsen. "Hemos dinamizado el sector de las sidras y en unos años las 'cider' serán una categoría más grande", destacó Sagrario Sáez, directora de innovación de Heineken España.

Grandes grupos nacionales de bebidas como Hijos de Rivera (con marcas como Estrella Galicia, Caibreiro o la asturiana Agua de Cuevas) han reforzado su apuesta por la "cider". Su marca Maeloc ha pasado de producir 6,7 millones de litros en 2016 a 11 millones en 2018. Casi ha duplicado la fabricación en dos años.

A las tradicionales fábricas de sidra gasificada de Asturias no les da miedo esa fuerte competencia de las grandes compañías de bebidas a s . To-

do lo contrario. "Esa apuesta por la 'cider' nos favorece porque está abriendo un mercado en España y con los buenos productos que nosotros tenemos en ese segmento podemos competir. Ya no tenemos que crear el mercado, nos lo hacen otros. Más que una amenaza es una oportunidad", señaló Ricardo Cabeza cuando tomó posesión de su cargo de director general del grupo El Gaitero. La compañía de Villaviciosa tiene en el mercado la gama Gaitero Spanish Cider que incluye sidras gasificadas en botellín con diferentes sabores y con y sin alcohol. Otras compañías sidreras asturianas también tienen sus "cider".

Manuel Busto Amandi con la marca Mayador, Trabanco con Avalon, Grusifas (Sidra Pomar) con Zider...

El crecimiento de ventas detectado por Nielsen en la sidra gasificada (el 49,5% entre mayo de 2018 y mayo de 2019) refuerza los datos del "Informe del consumo alimentario en España 2018" elaborado por el Ministerio de Agricultura y que destacaba que el consumo de sidra en los hogares españoles había crecido un 22,8% en volumen y un 38,2% en valor económico. Un subidón.

Los datos

- **El crecimiento.** Las ventas de sidra gasificada aumentaron en España el 49,5% entre mayo de 2018 y mayo de este año, según las consultora Nielsen. El "Informe del consumo alimentario en España 2018" ya había destacado un crecimiento del 22,8% en el consumo de tipo de sidra en los hogares del país.
- **Bebida aún minoritaria.** Pese al fuerte crecimiento de las ventas, la sidra solo representa el 0,5% del total de bebidas que se adquieren para el consumo en los hogares de España.



El gigante holandés de la cerveza y la sidra que tiene como segundo accionista a un asturiano

Oviedo, P. C.

La marca holandesa Heineken se asocia, al primer trago, con la cerveza. Su origen, que se sitúa en Amsterdam en 1873, está vinculado a esa bebida. Sin embargo Heineken también es un gigante de la producción de sidra. Ladrón de Manzanas es su último lanzamiento para conquistar el mercado español, pero cuenta con varias marcas globales y locales en los principales países consumidores. Además, el grupo holandés tiene vinculación con Asturias. Su segundo mayor accionista es Fomento Económico Mexicano (Femsa), gigante empresarial que preside el ingeniero astur-mexicano José Antonio Fernández Carbajal, nacido en Puebla en 1954 y oriundo de Pola de Siero.

Los responsables de las compañías sidreras asturianas siempre destacan que una de las principales barreras para exportar su bebida es tener que competir con un gigante de la talla de Heineken. Allí donde llegan las populares marcas de cerveza del grupo (como Heineken, Amstel, Desperados, Sol, Birra Moretti, Cruzcampo, Buckler, Shandy...) también suelen desembarcar las de sidra. Heineken tiene seis marcas internacionales de bebida a partir de zumo de manzana: las inglesas Strongbow y Bulmers, las neozelandesas Orchard Thieves y Old Mout, la belga Stassen y la estadounidense Blind Pig. Y junto a esas marcas globales de sidra, varias locales como es el caso de Ladrón de Manzanas en España.