



“Tenemos mucha variedad de derivados lácteos saludables, por eso no nos cansamos de consumirlos”

Cornel Caramizaru Managing Director de FrieslandCampina Iberia

FrieslandCampina es una multinacional con su sede central en Países Bajos y con presencia global a través de las 36 filiales ubicadas en diversos continentes.

Dedicados a productos lácteos y con un porfolio muy amplio (quesos, yogures, batidos, mantequillas y de nutrición infantil), FrieslandCampina también procesa la leche de sus 11.476 granjas y da empleo a 23.816 personas.

FrieslandCampina es una cooperativa de granjeros con una larga tradición y, por lo tanto, con un enfoque a largo plazo. “Nuestra razón de existir es ‘nourishing by nature’ que consiste en ofrecer una mejor nutrición para el mundo y una buena calidad de vida para nuestros granjeros, ahora y para las futuras generaciones. Nuestro objetivo para el negocio en España es crecer de una forma sostenible y que estemos orgullosos como equipo por el resultado conseguido. Hace poco estábamos operando con un porfolio reducido y centrado en el queso, en comparación a nuestra propuesta global, pero ahora mismo nos estamos extendiendo a otras categorías”, resume Cornel Caramizaru, Managing Director de FrieslandCampina Iberia.

Pocos alimentos en el mundo deben ser tan populares como la leche... ¿Cuál es el secreto de este éxito?

El descubrimiento de la leche se remonta a miles de años atrás y, desde entonces, el ser humano no ha dejado de consumir este producto tan versátil y saludable. Bajo mi punto de vista, creo que su secreto se encuentra, precisamente, en esta versatilidad que le permite pasar de ser un simple líquido rico en nutrientes y esencial para nuestra dieta, a un producto tan complejo como puede ser el queso: curado, manchego, de cabra, de oveja... El público tiene mucha variedad de derivados lácteos saludables a escoger, por eso no se cansan de consumirlos.

¿Qué productos ofrecéis al consumidor?

En España estamos presentes con quesos, yogures, mantequilla, natas, cápsulas de leche para café y, ahora mismo, estamos introduciendo nuestro producto estrella a nivel europeo, Chocomel, un batido de chocolate. Se trata de un producto único a nivel de sabor gracias a su receta secreta, y que está hecho de ingredientes sostenibles. Más concretamente, Chocomel contiene cacao certificado por Rainforest Alliance y leche de pastoreo de nuestras granjas.

Se habla mucho de las emisiones que provocan las grandes granjas, pero la sostenibilidad es un pilar en FrieslandCampina...

Así es. Nosotros operamos enfocados en los cambios y retos que plantea el futuro, y uno de ellos es la sostenibilidad. En FrieslandCampina asumimos la responsabilidad de cuidar el bienestar del entorno de vida natural en el que opera para garantizar el futuro de la empresa y del mundo en general. Por ello, estamos enfocados a cumplir, de manera prioritaria, 7 de los 17 ODS establecidos por Naciones Unidas con las siguientes acciones: queremos conseguir una mejor nutrición y asequible para todos y una mejor vida para nuestros granjeros a través de tener para ellos el precio de rendimiento más alto posible. Así mismo,

“Estamos introduciendo en España nuestro producto estrella a nivel europeo, Chocomel, un batido de chocolate único a nivel de sabor y hecho de ingredientes sostenibles”

en 2050, queremos mejorar el clima consiguiendo un clima neutral y obteniendo un impacto neto positivo en la biodiversidad de la cooperativa. Además, también estamos trabajando para que en 2025 mejoremos nuestros envases, consiguiendo que el 100% sean reciclables/reutilizables y que obtengamos un 100% de materias primas agrícolas de origen sostenible.

Además, funcionáis como cooperativa, ¿por qué?

Los inicios de la cooperativa se remontan a 1871, cuando miles de granjeros de Países Bajos operaban de forma independiente. Algunos producían y entregaban su leche a empresas privadas y otros elaboraban productos para la venta propia, pero en ambos casos existía una desregularización de los precios que afectaba gravemente a la situación económica de las familias ganaderas. En 1872, se produjo la primera colaboración oficial entre agricultores. Como resultado, granjeros de otras provincias vecinas empezaron a formar cooperativas y a tomar el control del negocio

lácteo. A finales de 1997, cuatro cooperativas lácteas holandesas se fusionaron para formar Friesland CoberCo Dairy Food. Años más tarde, en 2004, la Reina Beatriz de los Países Bajos rebautizó la compañía como Royal Friesland Foods. Por otro lado, Campina fue creada en 1989 por la fusión de dos cooperativas lecheras regionales. Y en 2008, Royal Friesland Foods y Campina decidieron fusionarse dando el nombre por el que se conoce actualmente a la marca: Royal FrieslandCampina. Trabajar como cooperativa nos permite que todos los productores lecheros holandeses que trabajan con nosotros tengan voz y voto en las decisiones importantes que tomamos en nuestro día a día: lo cambios en el suministro, la regulación del precio de la leche o las condiciones de calidad. Además, el hecho de que la materia prima de nuestros productos provenga de granjeros afianzados en Países Bajos aporta esa naturalidad que los consumidores buscan hoy en día en cualquier producto alimentario.

“No solo ofrecemos queso holandés, sino que tenemos una completa variedad de quesos que responden a las diversas necesidades de nuestros consumidores”

¿Qué marcas de FrieslandCampina podemos encontrar en el mercado español?

Actualmente, tenemos presencia en España con 5 marcas de queso (Millán Vicente, Millán Vicente-Recién Cortado, Holland Master, Parrano y Castillo de Holanda). No solo ofrecemos queso holandés, sino que tenemos una completa variedad de quesos que responden a las diversas necesidades de nuestros consumidores y a sus tendencias de consumo. Por ejemplo, Millán Vicente lanzó a finales del año pasado un nuevo formato snack para que toda la familia pudiera picar de manera saludable entre horas; y también lanzamos en España la marca Parrano ante el aumento de consumidores que incrementaron la cocina en casa y la búsqueda de productos innovadores que les inspiraran a crear nuevas recetas y platos. Además, como ya os he comentado, estamos introduciendo en una marca más, Chocomel. No obstante, todas nuestras marcas las trabajamos con mucho cariño y con el objetivo de ofrecer la mejor calidad y experiencia al consumidor español.

