EURIAL IBÉRICA CONSOLIDA SU POSICIÓN EN ESPAÑA CON INNOVACIÓN Y VISIÓN COOPERATIVA

Eurial Ibérica, filial española de Eurial, división láctea de Agrial, ha reforzado su presencia en España con una estrategia centrada en el queso de cabra, la mozzarella profesional y una fuerte apuesta por las marcas de distribuidor.

Desde su constitución como filial en enero de 2023, la compañía ha evolucionado rápidamente gracias a su enfoque multi-canal y su compromiso con la sostenibilidad y la innovación.

TRES CANALES, UN ENFOQUE ADAPTADO

La actividad de Eurial Ibérica se estructura en torno a tres canales clave: foodservice (HORECA), retail e industrial (B2B). “Cada uno requiere soluciones adaptadas, desde formatos funcionales hasta propuestas especializadas para responder a las distintas demandas del mercado”, explica Eric Dillmann, General Manager de la filial.

El portafolio de productos se enfoca especialmente en el queso de cabra —con la histórica marca Soignon, pionera en Europa—, la mozzarella profesional de Maestrella, líder en restauración y pizzería en España, y una gama multi-segmento adaptada a distintos momentos de consumo.

Desde sus dos plantas de producción en Lebrija, una especializada en queso de cabra fresco (en alianza con DCOOP) y otra en quesos madurados, Eurial Ibérica ha cimentado una operación industrial sólida. Además de su capacidad productiva local, la filial se apoya en las plantas del grupo en Francia para abastecer el mercado español con más de 85.000 toneladas anuales de yogur.

“El queso de cabra sigue siendo un segmento menor en comparación con variedades como el manchego o el queso fresco, pero su crecimiento sostenido en volumen y valor demuestra que el consumidor busca origen, sabor distintivo y un perfil nutricional saludable”, afirma Dillmann.

UN MERCADO ESTRATÉGICO DENTRO DEL GRUPO AGRIAL

Eurial Ibérica forma parte del grupo Agrial, la segunda mayor cooperativa agroalimentaria de Francia, con 12.000 agricultores socios, 21.000 empleados y marcas presentes en mas de 100 países. En 2024, el grupo alcanzó una facturación consolidada cercana a los 8.000 millones de euros.

Eric Dillmann, General Manager de Eurial Ibérica

“España tiene un peso estratégico no solo por nuestras plantas, sino también como uno de los principales destinos de producción del grupo”, afirma Eric Dillmann.

Dentro de Agrial, Eurial es la división láctea con foco en leche de vaca y de cabra. En España, la estructura incluye tres centros industriales —dos en Lebrija y uno en Antequera— y una oficina comercial en Madrid, pensada para responder con agilidad a las necesidades del mercado ibérico. “España tiene un peso estratégico no solo por nuestras plantas, sino también como uno de los principales destinos de producción del grupo”, señala Dillmann.

En 2024, Eurial Ibérica alcanzó una facturación de 110 millones de euros solo en su línea de quesos. Para 2025, la filial aspira a mantener un crecimiento sólido apalancado en tres palancas: consolidar su liderazgo en foodservice con Maestrella, desarrollar el canal retail con propuestas innovadoras de queso de cabra, y avanzar en soluciones industriales de alto valor añadido.

MARCAS PROPIAS Y COLABORACIÓN A LARGO PLAZO

Las marcas de distribuidor desempeñan un papel clave en la estrategia de Eurial Ibérica, especialmente en España, donde representan una parte significativa del lineal en categorías como el queso. Para ello, la compañía ha invertido varios millones de euros en ampliar su capacidad productiva y asumir nuevos proyectos de marca propia con garantías de flexibilidad y eficiencia.

“Lo que nos diferencia es que aportamos a estos desarrollos la calidad y el conocimiento técnico de un grupo con más de un siglo de experiencia en la elaboración de queso, y una trazabilidad completa desde el origen gracias a nuestro modelo cooperativo”, destaca Dillmann.

Eurial Ibérica se presenta como especialista en queso de cabra, mozzarella y soluciones adaptadas al consumo, ofreciendo propuestas de alto valor añadido tanto en calidad sensorial como eficiencia industrial. “Nuestro enfoque se basa en la colaboración a largo plazo, entendiendo los objetivos del cliente y desarrollando soluciones a medida”, añade.

Una de las claves del éxito de la empresa ha sido combinar visión de largo plazo con una gran capacidad de adaptación.

SOSTENIBILIDAD, INNOVACIÓN Y VISIÓN DE FUTURO

El modelo cooperativo impregna también el enfoque de sostenibilidad de la compañía. “Recogemos leche local, garantizamos trazabilidad completa, remuneramos de forma justa al ganadero, y trabajamos para reducir el impacto medioambiental de nuestra actividad”, explica Dillmann.

Las inversiones actuales se centran en eficiencia energética, valorización del suero, reducción de residuos y packaging más sostenible. Paralelamente, la empresa ha reforzado su equipo local de I+D para acelerar la innovación tanto en producto como en procesos, desarrollando referencias sin lactosa, ricas en proteína o formatos on-the-go.

“El balance de estos dos años es positivo, pero sobre todo esperanzador”, concluye Dillmann. Eurial Ibérica, aunque joven, ha ganado agilidad industrial, ha diversificado su portafolio y ha construido relaciones comerciales sólidas en un mercado exigente como el español. “Una de las claves ha sido combinar visión de largo plazo con una gran capacidad de adaptación. Me gusta recordar una frase de Jeff Bezos que refleja bien nuestro enfoque: ‘Somos tercos en la visión y flexibles en los detalles’”.

eurial.es