

¿Quiénes fabrican los productos de marca blanca de los súper?: Mercadona, Dia, Lidl...

El avance de la marca de distribuidor devoró a la marca de toda la vida en los años de la crisis; sin embargo, todo parece indicar que ha tocado techo

Mercadona, Lidl, Dia o Eroski. Las grandes superficies nos han convertido en asiduos a las marcas blancas. Su presencia se ha impuesto en los últimos años, de la mano de la crisis económica y la consecuente pérdida de poder adquisitivo de las familias. En 2014, su cuota de mercado era del 34%, doce puntos más que hace diez años.

Nos hemos acostumbrado a su presencia más que otros países, como Italia o Alemania. Pero, ¿quién fabrica las marcas blancas? *El Confidencial* ha realizado esta pregunta a los seis principales supermercados presentes en España. Cinco de ellos (todos, menos Carrefour), han ofrecido información detallada que permite entender quién está detrás de estos productos (hasta ahora) anónimos.

El antes y el después de la crisis

La evolución del carrito de la compra a lo largo de la última década cuenta, a su manera, la historia de la economía española.

El del año 2005 hablaba de abundancia: en él hay muchos frescos (carne, pescado...) y una gran cantidad de productos de toda la vida. España era por aquel entonces, uno de los países más "marquistas" del continente europeo. La marca blanca solo representaba por aquel entonces el 23% de la compra, de acuerdo con datos de Kantar World Panel.

Si nos desplazamos hasta el año 2010, en plena crisis económica, nos encontramos un carro muy distinto. Este nos habla de una economía de subsistencia: hay más cereales; más legumbres.

Los productos de toda la vida han sido sustituidos por una gran variedad de artículos de marca blanca, que representa el 34% de la cesta de la compra. En solo cinco años, España se había convertido en uno de los principales consumidores de productos de marca de distribuidor del continente, solo por detrás de Suiza.

Llegamos a la Navidad de 2014. En el carro además de regalos hay otra clase de paquetes: "3x2", "Pack champú+gel", "Segunda unidad al 50%", se puede leer en él. Vuelven a ganar presencia las marcas de toda la vida, pero esta vez en cómodos 'packs'.

"Esta Navidad fue abrumadora la invasión de promociones sobre todo en los hipermercados", explica Asis González, Director de estudios Especiales para la distribución en Nielsen.

Las compañías de siempre han sacado la artillería y han empezado a ofrecer sus productos en condiciones más atractivas a través de las promociones. La consecuencia es que el consumo de marca blanca se ha estancado.

"Esa tendencia de adquirir marca blanca, que parecía imparable, ha experimentado por primera vez desde el año 2000 un sorprendente retroceso", explican desde la consultora Kantar World Panel.

A eso se ha sumado el hecho de que los supermercados están subiendo el precio de su marca blanca. Y ocurren cosas paradójicas; por ejemplo, en Supercor, el tomate triturado marca Aliada (la marca de El Corte Inglés), fabricado por Cidacos, es cinco céntimos más caro que el de la propia marca Cidacos.

¿Y quiénes son los fabricantes?

Hay de todo. Muchas marcas de toda la vida fabrican productos para los supermercados. Es el caso de El Pozo, que está detrás de los embutidos de Día y Lidl; Gullón, que fabrica las galletas de Día, el Corte Inglés y Lidl; y Casa Tarradellas, que fabrica una gran variedad de productos Hacendado: desde las pizzas hasta el jamón de york.

En otros casos se trata de empresas desconocidas por el gran público, pero que tienen detrás una marca de renombre. Es el caso de Lactalis (en realidad Puleva) que fabrica lácteos (también yogures) para Día, Eroski, y el Corte Inglés; y Font Salem (del grupo Damm) que hace la cerveza de Lidl, Día y Eroski.

Fuente: https://www.elconfidencial.com/empresas/2015-07-18/estos-son-los-fabricantes-de-los-productos-de-marca-blanca-de-los-supermercados_927698/