



La apuesta por la innovación tecnológica y la internacionalización, además de una importante racionalización de gastos y clientes, claves para el crecimiento

Casademont afianza su posición en el mercado y triplica sus resultados en 2015

- *Las ventas exteriores de Casademont ascienden al 55%, con el objetivo de alcanzar el 70% en dos años*
- *Actualmente exporta a los 5 continentes con el objetivo de consolidar su presencia en el mercado norteamericano*
- *La expansión internacional contempla seguir construyendo alianzas con empresas locales para colaborar en ámbitos como el tecnológico, comercial, legal o logístico*

Girona, 1 de agosto de 2016.- Casademont, líder en la elaboración de fuets y charcutería desde hace 60 años, ha alcanzado una facturación de 44 **millones de euros** en 2015, un **2% más** respecto al ejercicio anterior. El **beneficio bruto de explotación** (EBITDA) se situó en los **4 millones de euros**, lo que supone un crecimiento del 55% respecto al año anterior.

Un importante ajuste en los costes, junto a una racionalización de la cartera de clientes y productos, y una clara apuesta por la innovación y la internacionalización han sido claves para la evolución de Casademont. Según Francesc Gómez, director general de la compañía, “desde 2013 estamos impulsando estrategias que nos permitan entrar en nuevos segmentos a través de la innovación en el producto y el acceso a mercados para los que los embutidos de calidad son un producto objetivo” y añade “además hemos realizado un importante esfuerzo en toda la organización por racionalizar costes e invertir en proyectos de alto valor añadido”.

Ambicioso plan de internacionalización

La apuesta constante por la innovación y la calidad de sus productos ha sido clave en su firme apuesta por la internacionalización. Actualmente, las ventas de Casademont fuera del mercado



español ascienden al 55%, con el objetivo de alcanzar el 70% en dos años. La compañía exporta a los 5 continentes con especial demanda por parte de los países del centro de Europa y Sudamérica. Actualmente, los esfuerzos de la compañía están centrados en consolidar su mercado en Norteamérica.

Entre otras estrategias, Casademont basa su plan de expansión internacional construyendo alianzas con empresas locales para colaborar en ámbitos como el tecnológico, comercial, legal o logístico. Este modelo ya se ha implantado con gran éxito en Rusia. Gracias a la alianza sellada con la empresa Atria Russia, un grupo de capital finlandés fuertemente implantado en el mercado ruso, Casademont ha recuperado las ventas y su presencia en este país donde la compañía inició sus exportaciones hace más de una década.

Desde finales de 2014, Atria comercializa a través de su red de distribución en Rusia varios productos bajo la enseña de Casademont: fuet extra, salchichón extra y chorizo extra.

Casademont nació hace más de 60 años, cuando Jaume Casademont decidió seguir la tradición charcutera de sus padres y abuelos -que elaboraban fuets en la masía familiar desde principios de siglo- y abrió en 1956 un pequeño obrador para producir embutidos de gran calidad, especialmente fuets, el producto estrella de Casademont. El obrador fue ampliándose y, ya en los años 60, se construyó una fábrica de 2.000 m² en el centro de Bescanó (Girona), seguida a finales de la década por otra fábrica de 3.500 m² en las afueras de Bonmatí (Girona). En los setenta, el éxito de demanda llevó a Jaume Casademont a ampliar la fábrica de Bonmatí hasta los 25.000 m², lo que supuso un gran salto cuantitativo para la empresa, una de las primeras del sector en industrializar el producto artesano de forma masiva.

Hoy, Casademont cuenta con 40.000 m² de fábrica construidos en dos centros productivos, uno en Bonmatí y otro en Palol de Revardit.

Acerca de Casademont

<http://www.casademont.com>

Casademont es una empresa líder en la elaboración de fuets y charcutería desde hace 60 años. Con sede en Bonmatí (Girona) y dos centros productores en Girona, Casademont aúna la tradición de cuatro generaciones de charcuteros y la tecnología más avanzada del sector para ofrecer a los consumidores productos cárnicos de gran calidad.

La inversión en I+D de la compañía ha permitido diseñar productos y sabores nuevos y combinaciones poco convencionales, como el fuet de higos o de cabrales, así como una gama de embutidos especialmente diseñada para



personas con alergias alimentarias, además del fuet, el producto estrella de Casademont. Esta innovación constante de procesos y productos, la calidad de sus referencias, la gestión del equipo y la tradición fuetera de la compañía han permitido a Casademont consolidarse como un referente en la industria de la charcutería a nivel mundial.

Con una capacidad para producir 25.000 toneladas anuales de embutidos curados, cocidos, loncheados y Jamones, las ventas de la compañía fuera del mercado español ya ascienden al 55% de su producción a más de 50 países de los 5 continentes.

Para más información sobre Casademont, contactar con:

Mireia González / Sofía Borrás - mgonzalez@arenalia.com / sborras@arenalia.com

Arenalia Comunicación - Telf. 660.20.10.20