



nota de prensa

CADBURY ESPAÑA AUMENTA SU FACTURACIÓN UN 16,3% EN 2007, Y ALCANZA LOS 214 MILLONES DE EUROS

- **El grupo se consolida como líder del sector de la confitería en España, con una cuota de mercado del 16,4%**

Barcelona, marzo de 2008. Cadbury España, compañía líder del mercado de confitería, registró una facturación de 214 millones de euros en 2007, lo que ha supuesto un aumento del 16,3% respecto al ejercicio del año anterior. Este resultado consolida al grupo como líder del sector de la confitería en España, con una cuota de mercado del 16,4%, según los últimos datos de la consultora AC Nielsen (TAM ON'07).

Resultados 2007 - Información destacada en el mercado español

- Cadbury alcanza el 46%* de cuota de mercado de chicles
- Excelentes resultados de la marca Trident:
 - Fuerte crecimiento de los ingresos de Trident (+15.6%)
 - Crecimiento de la cuota de Trident en puntos porcentuales (+1 ppt)*
- Fuerte crecimiento de los ingresos de Halls (+11.5%)
- Huesitos alcanza un crecimiento de ingresos del (+7.9%)

**Fuente: AC Nielsen, datos en valor España TAM Octubre-Noviembre'07*

La positiva evolución de las ventas de Cadbury en España durante 2007 ha sido determinada por la clara apuesta que la compañía ha hecho en innovación, el apoyo en comunicación, y el compromiso con los principales públicos: clientes (programa "Creciendo Juntos"), empleados y consumidores. Otro hito importante para el grupo ha sido la reorganización del equipo directivo que se hizo efectiva a mitades de 2007, y que tuvo como resultado el nombramiento de José Luis Saiz como nuevo Director General de Cadbury en España e Italia. Según comenta J.L.Saiz, *"España ha sido uno de los países que mejores resultados ha registrado en el Grupo y estamos orgullosos de ello. Nuestro objetivo es seguir manteniendo el liderazgo en el mercado, seguir creciendo en las categorías en las que operamos, y ser la mayor y mejor compañía de confitería en el mundo y en España"*

Balance por categorías

En el segmento de chicles sin azúcar, Cadbury líder con el 46%* de cuota de mercado alcanzado tras el lanzamiento de Trident Splash, que se ha convertido en la referencia líder. Asimismo, es destacable el fuerte crecimiento que la marca Bubbalo ha registrado en el segmento de chicles infantiles en este último año tras haber rediseñado su imagen y haber ampliado su gama de sabores. Actualmente



Cadbury cuenta con un 17,5%* de cuota en este segmento, lo que ha supuesto un crecimiento del 57,7%* (07 vs 06).

Por su parte, en el segmento de chocolates, Cadbury –que cuenta con tradicionales marcas como Huesitos o Tokke- ha alcanzado un 23,5%* de cuota de mercado y ha registrado un crecimiento del 7,1%* (07 vs 06). El rediseño de imagen que la marca hizo a finales de 2006 y la innovación hecha con *Mini Huesitos* han sido los principales factores que han contribuido al crecimiento la marca.

Dentro del segmento de caramelos balsámicos, donde Cadbury opera con las marcas Halls (Halls y Halls Vita C) y Respiral, Cadbury es líder con un 50,1%* de cuota de mercado. Los buenos resultados en esta categoría han sido impulsados por el rediseño de imagen que la marca hizo el pasado año y a los nuevos lanzamientos que han ampliado la oferta de sabores (Halls Vita C Fresa sin azúcar y Halls Limón-Menta sin azúcar). Con ello, una vez más, la innovación, el apoyo en comunicación y la efectiva distribución del producto han sido los principales artífices de estos excelentes resultados. Cabe destacar que los buenos resultados de Halls han sido reconocidos y premiados internamente por el Grupo y Cadbury España –junto con el resto de países de Sur de Europa- ha ganado un premio por la excelencia en la ejecución llevada a cabo en el punto de venta.

A nivel mundial, Cadbury Schweppes obtuvo en 2007 un aumento del 7% en su facturación, situándose en 10.544 millones de euros. Destaca el hecho que España se encuentra entre los países europeos de Cadbury Schweppes que más han crecido en 2007.

Compromiso con los clientes

Otro de los pilares estratégicos de la empresa que han contribuido a conseguir los positivos resultados del ejercicio 2007 es el compromiso con los principales públicos de la compañía. José Luis Saiz afirma que *“parte de nuestro éxito se debe a las iniciativas que llevamos a cabo para nuestros consumidores y clientes y buena muestra de ello es el programa **Creciendo Juntos**, dirigido a éstos últimos y cuyo objetivo principal es impulsar la relación con los mismos y ofrecerles herramientas útiles para el sector”*. Este programa incluye formación, e iniciativas como los **Premios Empresariales Cadbury** –que hacen reconocimiento de las distintas áreas en las que destacan los principales clientes de la compañía-, así como la creación del **Anuario de la Confitería**.

Acerca de Cadbury

Cadbury Schweppes es la compañía líder mundial en el sector de confitería, con más de 200 años de historia. En la actualidad cuenta con más de 70.000 empleados y sus productos se distribuyen en más de 200 países.

Cadbury es la única empresa presente en las tres categorías de confitería (chicles, caramelos y chocolates) y, en España, con marcas como Trident, Halls, Huesitos, Tokke, Respiral y Stimorol, entre otras. Sus oficinas y fábricas se encuentran en Barcelona, Madrid, Valladolid y Zaragoza.



**Fuente: AC Nielsen, datos en valor España TAM Octubre-Noviembre'07*