



# Chocolates Valor continúa creciendo y supera los 117 millones de facturación

La compañía líder nacional en el mercado del chocolate crece por encima del 3% y se mantiene como referente en tabletas, chocolates negros y sin azúcar.

**Chocolates Valor**, la compañía española líder en su sector, presenta resultados y cierra ejercicio (julio 2016-junio 2017) con buenos números. La firma chocolatera continúa creciendo con una facturación que supera los **117,3\* millones de euros**, lo que supone casi un 3% más que las cifras alcanzadas en el ejercicio anterior. Esto ha supuesto para Valor un beneficio neto de 7,7 millones de euros, frente a los 6,1 millones obtenidos en el mismo periodo del curso anterior.

La marca continúa su imparable proyección en el mercado de tabletas, con un ritmo de crecimiento del 6%\*\*\*, superior al resto de fabricantes. De esta manera, las tabletas de Valor han logrado obtener una cuota del 17,37% y se mantienen por tercer año consecutivo como la marca que más crece en los lineales.

Esto supone que de los casi 21 millones de kilos de producto fabricados en las plantas de Chocolates Valor, cerca de la mitad (alrededor de 9 millones de kilos) han sido tabletas, principal *core business* de la compañía.

## Foco en Negros y en Sin Azúcar

Y si el crecimiento ha sido destacado en el mercado de tabletas, en el que Valor se consolida un año más como la segunda marca fabricante y refuerza su fortaleza, el despegue de la firma ha sido especialmente destacable en la categoría de chocolates negros, donde ha crecido casi un 10%\*\*\* y se afianza como marca fabricante líder del segmento, con una cuota del casi el 31%.

Un liderazgo que se repite también en el universo de chocolates sin azúcar, donde Valor se corona

como referente absoluto rozando el 70%\*\*\*\* del total del segmento, con un incremento que casi alcanza el 11% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

En línea con su apuesta por la innovación, la marca ha sumado importantes lanzamientos en la gama de tabletas Tradicionales como la Negro 82%, la Negro 70% con Naranja y la Negro 70% Caramelo y Sal, o en la gama 0% Azúcares Añadidos con sus Negro 85% y Negro 70% con Naranja. Propuestas focalizadas en altos porcentajes de cacao, que han tenido gran acogida en el mercado y con las que Chocolates Valor está aportando importantes crecimientos en la categoría de chocolates.

También es de destacar el buen comportamiento del resto de categorías en las que opera la compañía, como son sus gamas de bombones, de chocolate a la taza, de repostería profesional e industrial, reconocidos en el sector por su altísima calidad.

Para Pedro López, CEO de Chocolates Valor, esta fotografía plasma la esencia de la compañía, que se ha caracterizado siempre por mantener un crecimiento sostenido y continuado. “Hace tiempo que decidimos poner el foco en el *target* adulto y siempre nos hemos mantenido en la máxima calidad, lo que nos ha llevado a potenciar una gama de chocolates en la que han cobrado cada vez más fuerza los altos porcentajes de cacao, las referencias sin azúcar y los chocolates con almendras, que también lideramos claramente”, explica López.

El máximo responsable de la marca también sostiene que “nuestro valor diferencial nos posiciona como la marca de referencia entre nuestro público objetivo, gracias a la calidad e innovación de nuestras propuestas, producidas desde el haba de cacao para garantizar la singularidad y buqué único que caracterizan a los chocolates Valor”.

Pedro López también ha destacado el buen comportamiento de los snacks de chocolate de Valor, Huesitos y Tokke, que siguen evolucionando positivamente y añadiendo a sus gamas atractivas propuestas como en blanco, negro y formatos. De esta manera, las marcas de snacks de la compañía, fabricadas en su planta de Ateca (Zaragoza), han superado este ejercicio los 130 millones de barras producidas y suman ya el 17%\*\*\*\*\* del mercado de barras de chocolate en el canal de alimentación moderna.

- **\*Importe Neto Cifra de Negocio Chocolates Valor**
- **\*\*Fuente: Nielsen total España mercado tabletas de chocolate Tam S36-17 datos de mercado en euros y cuota de mercado en %**
- **\*\*\*Fuente: Nielsen Ventas Valor – Segmento chocolates negros, TAM S36-17**
- **\*\*\*\*Fuente: Nielsen Ventas Valor – Segmento tabletas Sin Azúcar, TAM S36-17**
- **\*\*\*\*\*Fuente: Nielsen Countlines Retail TAM S36-17**



---

## Contacto de prensa:

Dpto. Comunicación  
chovalor@valor.es  
965890950  
www.valor.es