



## Nota de Prensa

# Vivesoy, única marca de bebidas vegetales con todo su cultivo 100% local, ahora certificada por AENOR

- El mercado de las bebidas vegetales ha acelerado su crecimiento durante la pandemia, con un consumidor que busca alternativas cada vez más saludables, de marcas comprometidas con su entorno.
- Según el estudio 'Actitudes del consumidor\*' de Mintel, el 76% de los españoles declara comprar productos nacionales siempre o casi siempre y un 75% lo hace para apoyar al empleo nacional como principal razón
- La compañía acompaña el relanzamiento de Vivesoy con una nueva imagen de marca.

**28 de septiembre de 2021.** [Vivesoy](#), marca referente en el mercado de bebidas vegetales de [Pascual](#), ha obtenido el sello [AENOR](#) 'Origen garantizado', el cual reconoce la procedencia española de sus materias primas\*. Vivesoy, única marca del mercado de bebidas vegetales con todo su cultivo 100% local, suma ahora esta acreditación a todas sus variedades, demostrando su compromiso con la industria agroalimentaria española y con la producción sostenible y de proximidad.

Para **Javier Peña, director del Negocio Lácteo y Bebidas Vegetales de Pascual**, "este certificado demuestra la preocupación de Pascual por la sostenibilidad de sus productos, ya que fomentamos el abastecimiento y la producción nacional, apostamos por el desarrollo de nuestro entorno rural y reducimos nuestro impacto ambiental, garantizando además la mejor calidad y sabor en los productos".

Este sello, tal y como señala **Daniel Sánchez-Patón, director de Calidad y Medioambiente de Pascual**, "avala la garantía del origen local de nuestras materias primas y es un compromiso de Pascual con la transparencia en la información al consumidor. Es la cristalización de un trabajo a lo largo de los años con nuestros proveedores para dar respuesta a una demanda creciente entre nuestros consumidores, que busca productos sostenibles y de proximidad".

Para la obtención y el mantenimiento de este sello, Pascual ha tenido que cumplir con el exigente estándar desarrollado por AENOR, con auditorias anuales de todas sus plantas; así como de sus proveedores para, tal y como continúa Sánchez-Patón, "garantizar que cada litro de nuestras bebidas vegetales tiene su cultivo de origen en España. Para ello, además de asegurar dicha



procedencia, nuestro sistema asegura la custodia de los mismos desde el campo hasta nuestra planta de envasado”.

Para **Javier Mejía, director de Marketing Sectorial y de Producto de AENOR**: “El sello Origen Garantizado de AENOR certifica la procedencia nacional de las materias primas de Vivesoy y, de esta manera, los consumidores obtienen una garantía adicional de la calidad de sus productos”.

### **Un mercado en alza: contribuyendo al desarrollo de la economía y empleo local**

Pascual quiere impulsar de esta manera el relanzamiento de su marca en un mercado, el de las bebidas vegetales, que crece cada año en volumen de ventas y que en 2020 ya superó los 300 millones de euros. Un crecimiento que además se ha visto acelerado durante la pandemia gracias a una tendencia de los consumidores a buscar alternativas alimenticias cada vez más saludables y de buen sabor, de marcas cada vez más comprometidas con su entorno y que produzcan de manera responsable con la sociedad y el medioambiente.

En este sentido, Javier Peña señala que, “en esta época postpandémica, el consumidor es más consciente que nunca a la hora de elegir sus marcas; ya que saben que a través de su consumo pueden ayudar a cambiar ciertas realidades”. Una afirmación avalada por estudios como ‘La psicología del consumidor’<sup>\*\*\*</sup> de Kantar (División Worldpanel), que analiza, en España, Francia y Reino Unido, cómo la pandemia “va a cambiar nuestros hábitos de compra”.

Según este estudio, en nuestro país la crisis sanitaria cambiará los hábitos de compra del 64% de hogares españoles. Además, un 70% piensa que las marcas, los fabricantes y la distribución tendrán un rol clave en la recuperación económica del país. En este sentido, el análisis de Kantar apunta que “comprar más localmente” es una de las principales intenciones de cambio en el segmento de consumidores con mayor peso en nuestro país: ‘Los Estables’ (la pandemia no ha tenido impacto en su situación laboral ni en los ingresos de su hogar).

Esta realidad también se vislumbra en el estudio de Mintel sobre ‘Actitudes del consumidor’<sup>\*\*\*</sup>, en el que se señala que el 76% de los españoles declara comprar productos nacionales siempre o casi siempre y un 75% lo hace para apoyar al empleo nacional como principal razón. Un motivo de mucho más peso en nuestro país que en otros como Alemania (51%), Italia (60%) o Francia (66%).

### **Nueva imagen de marca que rinde homenaje a nuestros agricultores**

Además, Pascual acompaña este relanzamiento de Vivesoy con una nueva imagen de marca que rinde homenaje a nuestros campos y agricultores, que son el origen de todo. Esta nueva imagen incluye el sello AENOR y pone en valor su carácter 100% local para trasladar al consumidor su apuesta por el desarrollo de la agricultura española y la importancia del consumo de productos de proximidad como mejor activo de la sostenibilidad y calidad.



En este sentido, Javier Peña señala que “la certificación de AENOR es de gran importancia para nosotros en la medida en que ofrecemos una bebida de la más alta calidad, manteniendo altos estándares de sostenibilidad medioambiental y promoviendo hábitos de consumo naturales y saludables”.

Así, desde Vivesoy siempre se ha trabajado para contribuir a los objetivos de negocio responsable. Ya en 2002 se convirtió en la primera marca de bebidas vegetales en España y, hoy en día, está presente en 6,4 millones de hogares españoles. Y con estas nuevas recetas, Vivesoy ayuda a conseguir el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 12, para garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

\* Materias primas de origen nacional: soja, avena, almendras, avellanas y nueces.

\*\* ‘La Psicología del Consumidor’, 2021, Kantar (División Worldpanel).

\*\*\* ‘Attitudes towards National Food & Drink - Europe – 2021’, Mintel.

#### Sobre AENOR

AENOR es una entidad de servicios profesionales que identifica y ayuda a corregir las brechas de competitividad de las empresas, sectores y del tejido económico en general. Contribuye a la transformación de la sociedad creando confianza entre organizaciones y personas mediante servicios de evaluación de la conformidad (certificación, inspección y ensayos), formación e información.

AENOR es la entidad líder en certificación en España, que ya desarrolla operaciones en 87 países. Más de 83.000 centros de trabajo en el mundo tienen alguno de los certificados de AENOR en campos como la Gestión de la Calidad, Sostenibilidad, Verificación de Información no Financiera, Bienestar Animal, Seguridad y Salud en el Trabajo, Digitalización o *Compliance*.

#### Sobre Vivesoy

En Vivesoy, desde su lanzamiento en 2001, han puesto todo su empeño en ofrecer la mejor variedad de bebidas vegetales. La bebida de soja de Vivesoy fue la primera en salir de los herbolarios y tiendas dietéticas y llegar a las grandes superficies, así nació la categoría de bebidas vegetales en España.

A lo largo de su historia han trabajado para poder ofrecer nuevos sabores, formatos y ricas variedades de bebidas vegetales. Hoy, con Vivesoy, el consumidor puede disfrutar de una gran variedad de bebidas vegetales, como la avena, almendra, soja y frutos secos.

#### Para más información:

##### AENOR

Eduardo Cicuéndez Polo

Responsable de Marca y Relaciones con medios

Tel.: 681 35 53 04

[ecicuendez@aenor.com](mailto:ecicuendez@aenor.com)

Síguenos en:



##### Vivesoy (Pascual)

María Rojo

[maria.rojo@calidadpascual.com](mailto:maria.rojo@calidadpascual.com)

Diego de la Fuente

[diego.delafuente@calidadpascual.com](mailto:diego.delafuente@calidadpascual.com)

Pablo Pascual

[pablo.pr@calidadpascual.com](mailto:pablo.pr@calidadpascual.com)