



Lanjarón celebra su 200 aniversario en pleno crecimiento

- La marca de agua mineral natural nació en 1818, cuando seis manantiales de la zona de Lanjarón, en Granada, fueron declarados mineromedicinales.
- Lanjarón celebra su 200 aniversario con un incremento de ventas que le ha permitido convertirse en la marca de bebidas no alcohólicas que más ha crecido en el mercado español durante el último año, alcanzando su mayor cuota de mercado del último lustro.
- La firma, una de las puntas de lanza del portfolio de Aguas Danone, está presente en más de 2,3 millones de hogares españoles.
- El agua de Lanjarón nace de las cumbres del Parque Natural de Sierra Nevada, declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO en 1986 y garantía de pureza.

Lanjarón, 08 de mayo de 2018. La marca de agua mineral natural Lanjarón cumple 200 años de historia como icono de Andalucía y como una de las aguas minerales naturales con más prestigio de la Península. Al celebrar su bicentenario, Lanjarón se encuentra en un momento de crecimiento sostenido ya **que ha cerrado 2017 con una subida del 10% de su facturación, alcanzando su mayor cuota de mercado de los cinco últimos años.** La marca, que forma parte del portfolio de Aguas Danone desde 1993, está presente en cerca del 14% de los hogares españoles.

En el marco de la celebración del 200 aniversario, la compañía ha organizado un viaje de prensa a Lanjarón que ha incluido una bienvenida en el ayuntamiento a cargo de Eric Escobedo, alcalde de Lanjarón, un vuelo cautivo en globo aerostático para apreciar el entorno donde nace esta agua mineral natural y una visita a la planta embotelladora de la que han participado François-Xavier Lacroix, director general de Aguas Danone; Guillaume Millet, director de Marketing de Aguas Danone y José García Rodríguez, director de la planta de Lanjarón.

“Estamos muy contentos de celebrar los 200 años de una marca que ocupa un lugar fundamental dentro de la familia de Aguas Danone en España. Se trata de un producto excepcional, apreciado por su calidad y características únicas y con un fuerte arraigo emocional, tanto dentro como fuera de Andalucía. Lanjarón es también uno de los motores para el crecimiento de nuestra división, alcanzando ya el 30% de las ventas totales de la misma”, ha señalado François-Xavier Lacroix, director general de Aguas Danone. De esta manera, Lacroix ponía en relieve el incremento en ventas de la marca que cerró 2017 con más de 300 millones de litros vendidos entre todos sus canales, alcanzando una cuota de mercado de más del 5%, la más alta de los cinco últimos años.

“Lanjarón es una marca histórica, un agua que apuesta por valores de calidad y sostenibilidad sin renunciar a la innovación, con formatos y propuestas adaptados a las demandas de un consumidor cada vez más exigente y a un mercado que enfrenta grandes desafíos”, ha explicado

Guillaume Millet, director de Marketing de Aguas Danone. “Habiendo ganado más de medio millón de hogares en el último año, Lanjarón es ya una pieza clave para el crecimiento del negocio de aguas de Danone en nuestro país, siendo además **la marca de bebidas no alcohólicas que más ha crecido durante 2017**”.

200 años de calidad y pureza

La fecha que marca el punto de partida de la historia de Lanjarón es el año 1818, cuando seis manantiales del pueblo, entre ellos el Manantial Salud, fueron declarados mineromedicinales. Este manantial fue escogido para el Agua Mineral Natural Lanjarón porque los distintos *agüistas*, personas que acudían al Balneario de Lanjarón a tomar sus aguas, deseaban continuar disfrutando de sus beneficios cuando regresaban a sus hogares. Apenas 60 años después de aquella fecha, el agua de esta región ubicada en plena sierra de Las Alpujarras, en Granada, alcanzaba prestigio internacional con la medalla de plata en la Exposición Universal de París en 1878.

La primera planta de embotellamiento se construyó en 1950, pero no fue hasta 1990 cuando se erigió la actual, situada en Fuenteaporta, a la entrada del pueblo de Lanjarón. Solo tres años después, Aguas de Lanjarón se incorpora al Grupo Danone integrando el portfolio de la compañía internacional, la segunda a escala mundial en el mercado de las aguas minerales.



Centrados en la salud

El trabajo y las diferentes iniciativas que la marca ha llevado a cabo para alcanzar estos logros se enmarcan en la firma corporativa “One Planet, One Health” (Un Planeta, Una Salud), mediante la cual Danone, a través de todas sus divisiones, centra sus esfuerzos en cuidar tanto la salud de las personas como la salud del planeta.

La innovación en Aguas Danone se ha centrado en ofrecer experiencias superiores a los consumidores, adaptándose a los cambios sociales y los nuevos momentos de consumo **para facilitar a la población el acceso a una hidratación saludable**. Buen ejemplo de ello son los distintos productos destinados a los más pequeños de la casa, que tienen como objetivo ofrecer a los padres una opción para que sus hijos e hijas se hidraten de manera saludable y lúdica. Por ello, Lanjarón Kids cuenta con propuestas adaptadas con un formato ergonómico para facilitar

el agarre y revestidas con los personajes preferidos de niños y niñas, como la 'Patrulla Canina' o 'Ladybug'.

Protección del medio ambiente

En cuanto a la protección del planeta, el compromiso con el medio ambiente forma parte del ADN del agua mineral natural de Lanjarón desde su nacimiento. El motivo no es otro que su origen privilegiado, pues nace de las cumbres del Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada, declarado reserva de la Biosfera por la UNESCO en 1986. De esta forma, **desde la compañía se ha trabajado con la mente puesta en la protección de la naturaleza a través de diferentes iniciativas.**

En 1982, Lanjarón se convirtió en la primera marca española que dio el salto del PVC al PET en los materiales de sus botellas. Además, en 2010 se introdujo un 20% de PET de origen vegetal, también denominado BIOMEG, en la garrafa de 6,25 l, y, desde 2016, la misma garrafa ya cuenta con un 65% de BIOMEG en su composición.

El último hito de la compañía en materia de medio ambiente ha sido la puesta en marcha del **Proyecto Lanjarón, cuya punta de lanza fue el lanzamiento en 2017 de su icónica botella roja, fabricada en 50% de PET reciclado (r-PET) y 100% reciclable.** Los beneficios de las ventas de esta botella han sido destinados a la financiación de distintas iniciativas centradas en la lucha contra el abandono de residuos (conocido como *littering*) o la promoción de la economía circular, como el proyecto "Por más metros de costas limpias" para la limpieza de distintos puntos del litoral peninsular en colaboración con instituciones y socios de la talla de Ecoembes o la Fundación Ecoalf. Con esta última entidad se colaboró también este año en la iniciativa "Para que la basura no llegue al mar", centrada en la limpieza de tres ramblas de la costa andaluza.



El lanzamiento de la botella roja supuso una declaración de intenciones de la compañía, que hizo valer la innovación y su compromiso con la naturaleza para llevarlo a cabo. Por ello, y dada la buena acogida de este envase-manifiesto, la compañía ha centrado esfuerzos para **poder lanzar la misma botella ya fabricada en un 100% con r-PET y 100% reciclable. Este nuevo envase estará disponible a partir del mes de junio de este mismo año.**

Motor regional

El agua forma parte de la esencia del pueblo de Lanjarón, que descansa a los pies de Sierra Nevada. Algunas fuentes dicen que su nombre significa "campo de fuentes saludables" y otros sostienen que en realidad "es paisaje modelado por el agua". Lo que está claro es que, a lo largo de estos dos siglos de historia, **el agua mineral se ha consolidado como impulsora de valor económico y social de su entorno y una industria clave en su desarrollo.** En palabras de Jose García Rodríguez, director de la planta de embotellamiento: *"Para quienes trabajamos en la planta de Lanjarón, es un honor formar parte de la historia de una empresa que ha sido desde siempre un motor para nuestro entorno".* **La plantilla de la planta está formada en un 95% por habitantes de la localidad de Lanjarón y son varias las generaciones que han vivido vinculadas a esta estructura productiva.**



Así lo quiso demostrar la compañía a través de su [última campaña digital](#), centrada en el impacto que la marca ha tenido y tiene en la región. **La planta de Lanjarón tiene una superficie total de**

31.200 metros cuadrados y una superficie construida de 15.000 metros cuadrados. Emplea de manera directa e indirecta a alrededor de 200 trabajadores y produce anualmente 305 millones de litros de agua.

Danone Waters, un líder mundial

Danone Waters ocupa la segunda posición a nivel mundial en el mercado de aguas minerales por volumen de ventas y es líder en el mercado de aguas español. Dentro del Grupo Danone, la división de Danone Waters cuenta con una plantilla de más de 37.000 empleados. **Produce anualmente más de 28.000 millones de litros de agua y facturó en 2017 4.600 millones de euros.** La división está presente en más de 200 países; siendo China, Indonesia y Francia sus tres mercados principales. El portfolio de Danone Waters incluye marcas emblemáticas como Evian, Volvic, Badoit, Aqua o Bonafont.

El mercado del agua mineral natural en España

La industria española de aguas envasadas está compuesta por cerca de un centenar de empresas distribuidas por todo el territorio nacional. En conjunto, dan empleo directo a 4.500 personas e indirecto a decenas de miles. El mercado creció el año pasado un 7,4%, empujado especialmente por el canal *retail*, creciendo en número de consumidores y en intensidad de compra. Según la Federación Europea de Aguas Envasadas (EFBW), **España se sitúa como cuarto país de la UE en términos de producción de agua mineral, por detrás de Alemania, Italia y Francia, y tercero en consumo, tras Italia y Alemania.**

Por tipos de aguas envasadas, más del 97% de la producción corresponde a las aguas minerales naturales; casi un 2%, a las de manantial y el resto a las potables preparadas. Las aguas sin gas representan el 96% de la producción, mientras que las aguas con gas acaparan el 4% restante.

Sobre Aguas Danone

Aguas Danone, compañía líder del mercado español en agua mineral natural, forma parte de la división de aguas de la compañía Danone y cuenta con una trayectoria de más de 63 años en el sector del agua mineral natural envasada. Sus marcas son especialistas en agua mineral natural y bebidas refrescantes a base de agua mineral natural. Aguas Danone cuenta con cuatro plantas envasadoras de agua mineral natural en la península: Sant Hilari Sacalm y Amer en Girona, Sigüenza en Guadalajara y Lanjarón en Granada. Envasa y comercializa las marcas Font Vella y Lanjarón, las variedades con gas Fonter, Imperial y Fonteforte y las bebidas refrescantes a base de agua mineral natural Font Vella Sensación, Font Vella Levité y Font Vella Té.

Más información sobre los compromisos de la marca en www.lanjaron.com

Para más información (Tinkle):

Eduardo Martín | emartin@tinkle.es | 600 462 728

Miriam García | mgarciadelhorno@tinkle.es | 603 50 05 16

Lorena Corfas | lorfas@tinkle.es | 630 043 239