

Noel elimina los conservantes de la gama Delizias Al Corte y avanza hacia el *clean label*, en el 50º aniversario de Alimentaria

- La empresa de La Garrotxa quiere dar respuesta así a la creciente demanda de productos más auténticos y de mayor calidad, a la vez que amplía su gama insignia con Delizias Asados, loncheados premium con un 99% de carne, ricos en proteínas, reducidos en sal y bajos en grasa
- En línea con la tendencia actual de ofrecer productos fáciles y rápidos de consumir, la compañía presenta innovaciones bajo los conceptos *ready to cook* y *ready to eat*, así como un nuevo formato de *snacking* en vasitos
- Con la voluntad de seguir exportando la gastronomía española a los mercados internacionales, el grupo apuesta por propuestas en tendencia como las gildas, las ensaladas refrigeradas o los gazpachos de colores, consolidando así su expansión hacia nuevas categorías de alto valor añadido
- A lo largo de estos cincuenta años, Noel ha mantenido un firme compromiso con la feria, estando presente como expositor desde la primera edición de Alimentaria

Sant Joan les Fonts. 19 de marzo de 2026.

Noel estará presente, una vez más, en Alimentaria-Hostelco, el gran punto de encuentro internacional para los profesionales de la industria de la alimentación, la gastronomía y la hostelería. Esta edición es especialmente significativa, ya que el salón celebra su 50º aniversario, un hito que la empresa de La Garrocha ha vivido muy de cerca, manteniendo de manera ininterrumpida su participación en la feria desde que abrió sus puertas por primera vez en el año 1976.

En palabras de **Anna Bosch, presidenta de Noel, vicepresidenta de Alimentaria y presidenta de Intercarn**, “para Noel, la vinculación con este salón de referencia es un reflejo de nuestro compromiso histórico con la innovación y la calidad. Durante todo este tiempo, nuestros productos han evolucionado hacia propuestas de alto valor añadido, adaptadas a las nuevas tendencias y necesidades que han ido surgiendo en los mercados donde operamos. Este hecho nos ha llevado a trascender el sector cárnico y a entrar en

nuevas categorías como la de los platos preparados, cremas de verduras o zumos de fruta, convirtiéndonos así en un grupo de alimentación global”.

En esta 50ª edición, Noel participa en la feria con una propuesta centrada en **la ampliación de su catálogo, la evolución de los formatos de consumo y un firme compromiso con la sostenibilidad**. Así, la empresa presenta sus últimas innovaciones centradas en productos de alto valor nutricional, y en formatos funcionales, diseñados para dar respuesta a las dinámicas actuales de consumo, ofreciendo soluciones de máxima calidad pensadas para los nuevos estilos de vida.

Ampliando y mejorando Delizias, su gama más emblemática

Con la voluntad de continuar elevando sus estándares, Noel sigue evolucionando su gama de productos más emblemática: Delizias. En línea con la creciente demanda de opciones *clean label*, o receta limpia, centrada en productos más auténticos y de mayor calidad, la marca da un paso decisivo **eliminando los conservantes del jamón cocido extra, la pechuga de pavo y la pechuga de pollo Delizias Al Corte**. Al mismo tiempo, estas referencias se presentan con un **porcentaje cárnico del 95%**, en el caso del jamón y la pechuga de pavo, y del **93%**, en el caso de la pechuga de pollo; posicionándose como productos de alto valor nutricional.

Siguiendo con la línea de ofrecer propuestas con porcentajes cárnicos elevados, la compañía ha lanzado la nueva línea **Delizias Asados**, que incluye la Pechuguita de Pavo Asada, la Pechuguita de Pollo Asada y el Jamoncito Asado. Un formato de lonchas premium que destacan por ofrecer un **99% de carne** y ser una **fuentes excelente de proteínas**, hasta 22 g en cada envase y, en el caso del jamoncito, **colágeno**, siendo a la vez reducidas en sal y bajas en grasa.

Delizias Pétalos incorpora también novedades en formato tapa, con dos nuevas referencias presentadas en bandeja multicomponente. Cada propuesta combina finas lonchas de embutido variado que destacan por su calidad, sabor y frescura. Por un lado, paleta de cebo, chorizo ibérico, salchichón ibérico y bastoncitos de pan; y por el otro, chorizo extra, chorizo de Pamplona, salchichón extra, jamón serrano y queso Gouda. Las bandejas están disponibles en formatos de entre 120 y 310g.

Finalmente, las novedades de la gama Delizias se extienden al **rediseño del packaging** con el objetivo de reforzar la diferenciación entre categorías de producto en el punto de venta y, a la vez, mejorar la experiencia de compra del consumidor.

Para dar a conocer esta nueva imagen y acercar la propuesta al día a día de los consumidores, Noel ha convertido la gama Delizias en la gran protagonista de una potente campaña de publicidad, que contempla anuncios en televisión, medios digitales y redes sociales, prensa escrita y una potente campaña en medios exteriores, de la que destacan la decoración integral del Trambaix y de varias líneas de autobuses urbanos de la ciudad de Barcelona, así como del Aerobús con destino al Aeropuerto Josep Tarradellas Barcelona - El Prat. Además, la compañía ha reforzado su posicionamiento en puntos estratégicos de alta movilidad, mediante anuncios en las marquesinas y proyecciones en la pantalla LED principal del vestíbulo de la Estación de Sants, entre otros.

Soluciones *ready to cook*, *ready to eat* y *snacking*, para el día a día

Sin perder de vista sus orígenes, Noel sigue apostando firmemente por la innovación en su principal división de negocio, la cárnica. En este marco, la compañía da un salto estratégico en el segmento de la conveniencia con el lanzamiento de los formatos ***ready to cook*** y ***ready to eat***. La línea *ready to cook* ofrece **preparados de carne fresca con todos los ingredientes, salsas y guarniciones** necesarios, para que el consumidor solo tenga que llevar a cabo la cocción final de la receta. El pastel de carne con salsa de ciruelas, la pluma marinada con salsa de frutos rojos y patatas panaderas, las puntas de costilla con salsa italiana y alubias, o el secreto marinado con salsa de romero y espárragos verdes; son algunos ejemplos de estas soluciones pensadas para aquellos que disponen del tiempo justo para dedicar a la cocina, pero que no quieren renunciar a dar un toque personal a sus platos. La gama estará disponible a partir de mayo de 2026, en bandejas de un peso aproximado de 500g.

Por otro lado, la línea *ready to eat* está formada por una serie de **opciones cocinadas a baja temperatura, listas para calentar y disfrutar**, como el codillo de cerdo al horno, las costillas de cerdo con salsa barbacoa o los traseros de pollo asados. El consumidor solo tendrá que calentar el plato durante cuatro minutos con la garantía de que la cocción a baja temperatura conservará la melosidad e intensificará el sabor. Al igual que la gama *ready to cook*, esta gama de platos listos para comer se lanzará en mayo de 2026, y se presentará en envases que contendrán dos raciones de cada receta.

Dentro de esta misma estrategia para favorecer un consumo práctico, la compañía introduce nuevos formatos de *snacking* en vasitos, donde destacan los Mini Fuets, Mini Chorizos y Fuet Coins. Estos prácticos envases que van de los 70 a los 100g, en función de la referencia, están diseñados para ofrecer una experiencia de consumo versátil, para disfrutar en cualquier momento y lugar, sin renunciar a la calidad del embutido tradicional. Además de las referencias monoproducto, también se ofrecen opciones combinadas, como los vasitos de Chorizo Coins con dados de queso Gouda o de Rollitos de jamón serrano con queso manchego o de chorizo con queso Gouda.

“El ritmo de vida actual nos exige soluciones alimentarias que sean lo más prácticas posible sin tener que renunciar al sabor y a la calidad de siempre”, afirma **Maria Sánchez, directora corporativa de Marketing de Noel**. “Con estos nuevos formatos damos un paso adelante para adaptarnos al consumidor, a través de productos de alta calidad que permiten un consumo ágil y flexible, y optimizan la experiencia en cualquier momento del día”, añade Sánchez.

Apostando por el ibérico *premium*

Esta 50ª edición de Alimentaria también será el escenario de la presentación oficial de la alianza estratégica con **Garrudo Benito**. Este acuerdo, alcanzado a finales de 2025, permitirá a Noel adquirir progresivamente hasta el 50% de la histórica firma de Ávila con el

fin de impulsar su apuesta por el **producto ibérico premium** y asegurarse el abastecimiento de materia prima de máxima calidad.

La presencia en la feria hará especial énfasis en la marca más exclusiva de Garrudo, **Romance**, centrada en **ibéricos 100% de bellota de curación artesanal** y que contará con una amplia representación que incluye jamón ibérico de bellota, también disponible en sobres loncheados, lomo ibérico, chorizo ibérico, salchichón ibérico e innovaciones como el *guanciale* loncheado.

Gildas, gazpachos y más de 12 millones de croquetas

Más allá de su liderazgo en el sector cárnico, la evolución de Noel hacia un grupo de alimentación global y transversal se hace evidente en Alimentaria, con su apuesta por la diversificación y el desarrollo de productos en otras categorías. En este sentido, y con la voluntad de continuar exportando la esencia de la **gastronomía española al exterior**, la compañía introduce una propuesta actualmente en tendencia en nuestro país: las populares **gildas o pinchos**. Estas nuevas minibrochetas se presentan bajo la línea **Selección Snacking**, en un formato de 90g que combina productos de alta calidad. En concreto, la gama ofrece cuatro variedades: jamón serrano con aceitunas y queso Gouda; chorizo con aceitunas y queso Gouda; pepinillos con aceitunas y queso Gouda; y la variedad de aceituna Gordal rellena con un rollito de jamón serrano y queso.

Noel también da un paso adelante entrando en la categoría de **ensaladas refrigeradas**. Se trata de recetas basadas en legumbres o pasta, como lentejas al estilo marroquí, garbanzos con chorizo, alubias al estilo griego, garbanzos con salsa verde o las *butterbeans* (alubias blancas gigantes) con salsa César. La gama de **Ensaladas Selectas** se presenta en formatos de 120g a 140g, y están pensadas como soluciones altas en proteínas para consumir *on the go*.

En cuanto a las opciones de origen 100% vegetal, la compañía sorprende innovando en el lineal de sopas y cremas refrigeradas con el lanzamiento de **tres gazpachos de colores**, de la marca **Nature Tap Tap**: el gazpacho violeta, elaborado con remolacha; el gazpacho rojo, de sandía; y el gazpacho verde, hecho de espinacas. Todos ellos con aceite de oliva virgen extra y presentados en formato botella de 250ml, ideales para el consumo individual.

Asimismo, Alimentaria servirá de escaparate para consolidar los demás proyectos del grupo, como el que desarrolla conjuntamente con el **cocinero Nandu Jubany**, un negocio en claro auge que durante el 2025 alcanzó una producción de más de **12 millones de croquetas y más de 3,5 millones de canelones**. Además de las propuestas clásicas, durante el salón se exhibirá el amplísimo **surtido que incluye opciones rompedoras** como los arancinis hechos a base de pasta de macarrones y queso, con chorizo o jamón serrano; croquetas de paella y chorizo, croquetas de ajo negro con chorizo, buñuelos de bacalao, y canelones de carne asada con boletus a la crema; sin olvidar la opción de postres con las croquetas dulces de chocolate y crema.

Por otro lado, el stand también contará con la presencia de **The Juicy Group**, la división de bebidas vegetales de Noel especializada en la **elaboración de zumos naturales cold pressed y shots funcionales**.

50 años creciendo al lado de Alimentaria

Este medio siglo de historia ha permitido a Alimentaria consolidarse como mucho más que un escaparate comercial: hoy en día es una de las principales plataformas globales del sector. Desde la primera edición, concebida como el primer salón profesional de España dedicado exclusivamente al sector alimentario, el certamen ha vivido una profunda transformación, multiplicando su proyección y erigiéndose como un espacio clave que hoy en día reúne a miles de profesionales procedentes de más de un centenar de países.

En línea con esta evolución, Noel ha vivido una transformación paralela, pasando de ser una empresa orientada principalmente al mercado nacional a consolidarse como un actor de referencia tanto en el mercado nacional, como en el internacional. La compañía cuenta actualmente con **15 centros productivos**, un equipo de casi **3.000 empleados** y actividad comercial en **66 países**; un alcance que se traduce en que **más de la mitad de la facturación de la empresa ya procede de mercados internacionales** con una presencia relevante en Reino Unido, Francia, Alemania o los Estados Unidos, entre otros.

El éxito de esta expansión responde a la evolución del modelo de negocio de Noel, **pasando de ser una pequeña empresa dedicada exclusivamente a la fabricación y distribución de embutidos a convertirse en un grupo de alimentación global**. Sin renunciar a su negocio principal, el cárnico, la estrategia de la compañía se centra en ofrecer **productos de alto valor añadido, a través de una firme apuesta por la diversificación** hacia nuevas categorías —como los platos preparados, las cremas, los gazpachos o los zumos naturales—, y consolidando un modelo de crecimiento que integra calidad, innovación y máxima agilidad para dar respuesta a las nuevas necesidades del mercado.

La sostenibilidad como eje estratégico

El compromiso de Noel con el entorno también se traslada a su propia participación en la feria. Un año más la compañía ha sido reconocida con la certificación “**Evento sostenible alineado con los ODS**”, otorgada por **Bureau Veritas**. Este prestigioso sello avala un modelo de planificación, diseño y gestión del stand basado en estrictos criterios ambientales, sociales y económicos, aplicados de manera transversal desde la fase de montaje hasta el desmontaje de la feria.

Para lograr este hito y avanzar hacia la neutralidad de carbono, Noel ha implementado medidas como **el ecodiseño con materiales reciclados y reciclables o criterios de eficiencia energética**. Un impacto positivo que también se traduce en un retorno económico

y social, priorizando la contratación de proveedores locales, aplicando criterios de diversidad en el equipo y garantizando la donación de los excedentes de comida a entidades benéficas del entorno.

Además, en esta edición de 2026, Noel ha sido también distinguida dentro del proyecto **#UNITEDFORSUSTAINABILITY** como “**Empresa con iniciativas sostenibles**”, un distintivo entregado por la organización del salón tras evaluar las buenas prácticas de la compañía, que le permitirá figurar como referente en sostenibilidad en la guía del visitante, la aplicación oficial y los paneles informativos de los pabellones de Alimentaria.

Estas distinciones están alineadas con la **estrategia de sostenibilidad de Noel**, basada en tres ejes: medio ambiente, personas y sociedad. En la vertiente medioambiental, la compañía da pasos firmes hacia el objetivo Net Zero 2050 y en el uso responsable de recursos, avalados por hitos tangibles como la **reducción de un 25% del consumo de agua por tonelada** producida en un periodo de cinco años, o la **eliminación de más de 75 toneladas de plástico anuales** de los envases.

En el ámbito de personas, ha sido reconocida con la certificación **Great Place to Work**, un prestigioso reconocimiento en gestión de personas gracias a la alta valoración de sus empleados. Esta certificación pone en valor una cultura corporativa basada en aspectos como la credibilidad, el respeto o el compañerismo. Paralelamente, Noel también ha recibido la certificación **Brecha Salarial Verificada** concedida por **AENOR**, que acredita que la organización aplica de manera efectiva el principio de igualdad retributiva entre mujeres y hombres, garantizando que no existen diferencias salariales por razón de género. En cuanto a la promoción del talento, Noel ha impulsado más de 55.000 horas de formación a través de Noel Academy, su plataforma de desarrollo interno.

En cuanto al tercer eje, la sociedad, la compañía destaca especialmente a través de la contribución de sus fundaciones: la **Fundació Albert Bosch**, dedicada a la investigación médica del cáncer infantil, y la **Fundació Maria Rosa Sans**, que desde su creación ha impulsado la trayectoria académica de jóvenes estudiantes de La Garrotxa mediante programas de becas.

UBICACIÓN DEL ESTAND DE NOEL EN ALIMENTARIA 2026



El stand de Noel está ubicado en Intercarn, el salón dedicado a la carne ubicado en el pabellón número 3, nivel 0, calle C, stand 130.

INTERVENCIONES DE NOEL EN ALIMENTARIA 2026

DÍA	HORA	LUGAR	TÍTULO	PORTAVOZ
Miércoles, 25 de marzo	10:15h – 11:30h	Auditorio - The Alimentaria Hub	‘De Cerca’, el punto de encuentro de las directivas cárnicas - Mesa redonda	Maria Sánchez, Directora Corporativa de Marketing de Noel
Miércoles, 25 de marzo	10:30h – 11:45h	Sala INNOVAL by CaixaBank - The Alimentaria Hub	IA en la industria alimentaria: de la receta a la producción’ - Mesa redonda	Jaume Planella, Director Corporativo de I+D+i de Noel

Sobre Noel

Ubicada en Sant Joan les Fonts (Girona), Noel Alimentaria es un grupo de alimentación familiar de cuarta generación, especializado en la producción y distribución, tanto nacional como internacional, de jamón cocido y curado, embutidos, carnes y elaborados frescos, platos preparados, pizzas, cremas y zumos vegetales, entre otros.

Con una plantilla de más de 2.700 personas, 15 centros de producción repartidos por toda España y actividad en 66 países con presencia en la gran distribución, el propósito de la compañía es promover, de manera sostenible, el desarrollo de las personas a través de la alimentación. Y lo hace ofreciendo a sus consumidores productos que cumplen cuatro premisas fundamentales: salud, conveniencia, placer de consumo y sostenibilidad.

Para más noticias de Noel, accede a su [sala de prensa](#).

Para más información:

LLYC

noel@llyc.global · 93 217 22 17



Nota de prensa

Violant Flores
vflores@llyc.global

Ainhoa Leyton
ainhoa.leyton@llyc.global

Pol Urbiola
pol.urbiola@llyc.global