

Noel elimina els conservants de la gama Delizias Al Corte i avança cap al *clean label*, en el 50è aniversari d'Alimentaria

- L'empresa garrotxina vol donar resposta així a la creixent demanda de productes més autèntics i de major qualitat, alhora que amplia la seva gamma insígnia amb Delizias Asados, llescats *premium* amb un 99% de carn, rics en proteïnes, reduïts en sal i baixos en greix
- En línia amb la tendència actual d'oferir productes fàcils i ràpids de consumir, la companyia presenta innovacions sota els conceptes *ready to cook* i *ready to eat*, així com un nou format d'*snacking* en vasets
- Amb la voluntat de seguir exportant la gastronomia espanyola als mercats internacionals, el grup aposta per propostes en tendència com les *gildas*, les amanides refrigerades o els gaspatxos de colors, consolidant així la seva expansió cap a noves categories d'alt valor afegit
- Al llarg d'aquests cinquanta anys, Noel ha mantingut un ferm compromís amb la fira, sent-hi present com a expositor des de la primera edició d'Alimentaria

Sant Joan les Fonts. 19 de març de 2026.

Noel estarà present, una vegada més, a Alimentaria-Hostelco, el gran punt de trobada internacional per als professionals de la indústria de l'alimentació, la gastronomia i l'hostaleria. Aquesta edició és especialment significativa, ja que el saló celebra el seu 50è aniversari, una fita que l'empresa garrotxina ha viscut de ben a prop, mantenint de manera ininterrompuda la seva participació a la fira des que va obrir portes per primer cop l'any 1976.

En paraules d'Anna Bosch, **presidenta de Noel, vicepresidenta d'Alimentaria i presidenta d'Intercarn**, "per Noel, la vinculació amb aquest saló de referència és un reflex del nostre compromís històric amb la innovació i la qualitat. Durant tot aquest temps, els nostres productes han evolucionat cap a propostes d'alt valor afegit, adaptades a les noves tendències i necessitats que han anat sorgint en els mercats on operem. Aquest fet ens ha

portat a transcendir el sector carni i a entrar en noves categories com la dels plats preparats, cremes de verdura o sucs de fruita, convertint-nos així en un grup d'alimentació global”.

En aquesta 50a edició, Noel participa a la fira amb una proposta centrada en **l'ampliació del seu catàleg, l'evolució dels formats de consum i un ferm compromís amb la sostenibilitat**. Així, l'empresa presenta les seves darreres innovacions centrades en productes d'alt valor nutricional, i en formats funcionals, dissenyats per donar resposta a les dinàmiques actuals de consum, oferint solucions de màxima qualitat pensades per als nous estils de vida.

Ampliant i millorant Delizias, la seva gamma més emblemàtica

Amb la voluntat de continuar elevat els seus estàndards, Noel segueix evolucionant la seva gamma de productes més emblemàtica: Delizias. En línia amb la creixent demanda d'opcions *clean label*, o recepta neta, centrada en productes més autèntics i de major qualitat, la marca fa un pas decisiu **eliminant els conservants del pernil cuit extra, el pit de gall dindi i el pit de pollastre Delizias Al Corte**. Al mateix temps, aquesta referència es presenta amb un **percentatge càrnic d'un 95%**, en el cas del pernil i el pit de gall dindi, i d'un **93%**, en el cas del pit de pollastre; posicionant-se com a productes d'alt valor nutricional.

Seguint amb la línia d'oferir propostes amb percentatges càrnics elevats, la companyia ha llançat la nova línia **Delizias Asados**, que inclou la Pechuguita de Pavo Asada, la Pechuguita de Pollo Asada i el Jamoncito Asado. Un format de llesques *premium* que destaquen per oferir un **99% de carn** i ser una **font excel·lent de proteïnes**, fins a 22g en cada envàs i, en el cas del *jamoncito*, **col·lagen**, sent alhora reduïdes en sal i baixes en greix.

Delizias Pétalos incorpora també novetats en format tapa, amb dues noves referències presentades en safata multicomponent. Cada proposta combina fines llesques d'embotit variat que destaquen per la seva qualitat, sabor i frescor. Per una banda, espatlla d'enceball, xoriço ibèric, llonganissa ibèrica i bastonets de pa; i per l'altra, xoriço extra, xoriço de Pamplona, llonganissa extra, pernil Serrà i formatge Gouda. Les safates estan disponibles en formats d'entre 120 i 310g.

Finalment, les novetats de la gamma Delizias s'estenen en el **redisseny del packaging** amb l'objectiu de reforçar la diferenciació entre categories de producte en el punt de venda i, alhora, millorar l'experiència de compra del consumidor.

Per donar a conèixer aquesta nova imatge i apropar la proposta al dia a dia dels consumidors, Noel ha convertit la gamma Delizias en la gran protagonista d'una potent campanya de publicitat, que contempla anuncis a televisió, mitjans digitals i xarxes socials, premsa escrita i una potent campanya en mitjans exteriors, de la que en destaquen la decoració integral del Trambaix i de diverses línies d'autobusos urbans de la ciutat de Barcelona, així com de l'Aerobús amb destinació a l'Aeroport Josep Tarradellas Barcelona – El Prat. A més, la companyia ha reforçat el seu posicionament en punts estratègics d'alta mobilitat, mitjançant anuncis a les marquesines i projeccions a la pantalla LED principal del vestíbul de l'Estació de Sants, entre d'altres.

Solucions *ready to cook*, *ready to eat* i *snacking*, per al dia a dia

Sense perdre de vista els seus orígens, Noel continua apostant fermament per la innovació en la seva divisió de negoci principal, la càrnica. En aquest marc, la companyia fa un salt estratègic en el segment de la conveniència amb el llançament dels formats ***ready to cook*** i ***ready to eat***. La línia *ready to cook* ofereix **preparats de carn fresca amb tots els ingredients, salses i guarnicions** necessaris, per tal que el consumidor només hagi de dur a terme la cocció final de la recepta. El pastís de carn amb salsa de prunes, la ploma marinada amb salsa de fruits vermells i patates panaderes, les puntes de costella amb salsa italiana y mongetes, o el secret marinat amb salsa de romaní i espàrrecs verds; són alguns exemples d'aquestes solucions pensades per aquells que disposen d'un temps just per dedicar a la cuina, però que no volen renunciar a donar un toc personal als seus plats. La gamma, estarà disponible a partir del maig de 2026, en safates d'un pes aproximat de 500g.

D'altra banda, la línia *ready to eat* està formada per un seguit d'**opcions cuinades a baixa temperatura, llestes per escalfar i gaudir**, com el braó de porc al forn, les costelles de porc amb salsa barbacoa o les cuixes de pollastre rostides. El consumidor només haurà d'escalfar el plat durant quatre minuts amb la garantia que la cocció a baixa temperatura en conservarà la melositat i n'intensificarà el sabor. Igual que la gamma *ready to cook*, aquesta gamma de plats llestos per menjar, es llançarà el maig del 2026, i es presentarà en envasos que contindran dues racions de cada recepta.

Dins d'aquesta mateixa estratègia per afavorir un consum pràctic, la companyia introdueix nous formats d'***snacking en vasets***, on destaquen els Mini Fuets, Mini Chorizos i Fuet Coins. Aquests pràctics envasos que van dels 70 als 100g, en funció de la referència, estan dissenyats per oferir una experiència de consum versàtil, per gaudir en qualsevol moment i lloc, sense renunciar a la qualitat de l'embotit tradicional. A més de les referències monoprodacte, també s'ofereixen opcions combinades, com els vasets de Chorizo Coins amb daus de formatge Gouda o de Rollitos de pernil serrà amb formatge manxec o de xoriço amb formatge Gouda.

"El ritme de vida actual ens exigeix solucions alimentàries que siguin el més pràctiques possible sense haver de renunciar al sabor i a la qualitat de sempre", afirma **Maria Sánchez, directora corporativa de Màrqueting de Noel**. "Amb aquests nous formats fem un pas endavant per adaptar-nos al consumidor, a través de productes d'alta qualitat que permeten un consum àgil i flexible, i n'optimitzen l'experiència en qualsevol moment del dia", afegix Sánchez.

Apostant per l'ibèric *premium*

Aquesta 50a edició d'Alimentaria també serà l'escenari de la presentació oficial de l'aliança estratègica amb **Garrudo Benito**. Aquest acord, assolit a finals de 2025, permetrà a Noel adquirir progressivament fins al 50% de la històrica firma d'Àvila per tal d'impulsar la seva

aposta pel **producte ibèric premium** i assegurar-se l'abastiment de matèria primera de màxima qualitat.

La presència a la fira farà especial èmfasi en la marca més exclusiva de Garrudo, **Romance**, centrada en **ibèrics 100% de gla de curació artesanal** i que comptarà amb una àmplia representació que inclou pernil ibèric de gla, també disponible en sobres llescats, llom ibèric, xoriço ibèric, llonganissa ibèrica i innovacions com el *guanciales* llescat.

Gildas, gaspatxos i més de 12 milions de croquetes

Més enllà del seu lideratge en el sector carni, l'evolució de Noel cap a un grup d'alimentació global i transversal es fa evident a Alimentaria, amb la seva aposta per la diversificació i el desenvolupament de productes en altres categories. En aquest sentit, i amb la voluntat de continuar exportant l'essència de la **gastronomia espanyola a l'exterior**, la companyia introdueix una proposta actualment en tendència al nostre país: les populars **gildas o pinxos**. Aquestes noves mini broquetes es presenten sota la línia **Selección Snacking**, en un format de 90g que combina productes d'alta qualitat. En concret, la gamma ofereix quatre varietats: pernil serrà amb olives i formatge Gouda; xoriço amb olives i formatge Gouda; cogombres amb olives i formatge Gouda; i la varietat d'oliva Gordal farcida amb un rotllet de pernil Serrà i formatge.

Noel també fa un pas endavant entrant en la categoria d'**amanides refrigerades**. Es tracta de receptes basades en llegums o pasta, com llenties a l'estil marroquí, cigrons amb xoriço, mongetes a l'estil grec, cigrons amb salsa verda o les *butterbeans*, o mongetes blanques gegants, amb salsa Cèsar. La gamma d'**Ensaladas Selectas** es presenta en formats de 120g a 140g, i estan pensades com a solucions altes en proteïnes per consumir *on the go*.

Pel que fa a les opcions d'origen 100% vegetal, la companyia sorprèn innovant en el lineal de sopes i cremes refrigerades amb el llançament de **tres gaspatxos de colors**, de la marca **Nature Tap Tap**: el gaspatxo violeta, elaborat amb remolatxa; el gaspatxo vermell, de síndria; i el gaspatxo verd, fet d'espínacs. Tots ells amb oli d'oliva verge extra i presentats en format ampolla de 250ml ideals pel consum individual.

Així mateix, Alimentaria servirà d'aparador per consolidar els demés projectes del grup com el que desenvolupa conjuntament amb el **cuiner Nandu Jubany**, un negoci en clar auge que durant el 2025 va assolir una producció de més de **12 milions de croquetes i més de 3,5 milions de canelons**. A més de les propostes clàssiques, durant el saló s'exhibirà l'amplíssim **assortiment que inclou opcions trencadores** com els *arancinis* fets a base de pasta de macarrons i formatge, amb xoriço o pernil serrà; croquetes de paella i xoriço, croquetes d'all negre amb xoriço, bunyols de bacallà, i canelons de carn rostida amb ceps a la crema; sense oblidar l'opció de postres amb les croquetes dolces de xocolata i crema.

D'altra banda, l'estand també comptarà amb la presència de **The Juicy Group**, la divisió de begudes vegetals de Noel especialitzada en l'**elaboració de sucs naturals cold pressed i shots funcionals**.

50 anys creixent al costat d'Alimentaria

Aquest mig segle d'història ha permès a Alimentaria consolidar-se com molt més que un aparador comercial: avui dia és una de les principals plataformes globals del sector. Des de la primera edició, concebuda com el primer saló professional d'Espanya dedicat exclusivament al sector alimentari, **el certamen ha viscut una profunda transformació**, multiplicant la seva projecció i erigint-se com un espai clau que avui dia reuneix milers de professionals procedents de més d'un centenar de països.

En línia amb aquesta evolució, Noel ha viscut una transformació paral·lela, passant de ser una empresa orientada principalment al mercat nacional a consolidar-se com un actor de referència tant en el mercat nacional, com en l'internacional. La companyia compta actualment amb **15 centres productius**, un equip de gairebé **3.000 empleats** i activitat comercial a **66 països**; un abast que es tradueix en què **més de la meitat de la facturació de l'empresa ja procedeix de mercats internacionals** amb una presència rellevant a Regne Unit, França, Alemanya o els Estats Units, entre d'altres.

L'èxit d'aquesta expansió respon a l'evolució del model de negoci de Noel, **passant de ser una petita empresa dedicada exclusivament a la fabricació i distribució d'embotits a convertir-se en un grup d'alimentació global**. Sense renunciar al seu negoci principal, el carni,, l'estratègia de la companyia se centra a oferir **productes d'alt valor afegit, a través d'una ferma aposta per la diversificació** cap a noves categories —com els plats preparats, les cremes, els gaspatxos o els sucus naturals—, i consolidant un model de creixement que integra qualitat, innovació i màxima agilitat per donar resposta a les noves necessitats del mercat.

La sostenibilitat com a eix estratègic

El compromís de Noel amb l'entorn també es trasllada a la seva pròpia participació a la fira. Un any més la companyia ha estat reconeguda amb la certificació **"Esdeveniment sostenible alineat amb els ODS"**, atorgada per **Bureau Veritas**. Aquest prestigiós segell avala un model de planificació, disseny i gestió de l'estand basat en estrictes criteris ambientals, socials i econòmics, aplicats de manera transversal des de la fase de muntatge fins al desmuntatge de la fira.

Per assolir aquesta fita i avançar cap a la neutralitat de carboni, Noel ha implementat mesures com **l'ecodisseny amb materials reciclats i reciclables o criteris d'eficiència energètica**. Un impacte positiu que també es tradueix en un retorn econòmic i social, prioritzant la contractació de proveïdors locals, aplicant criteris de diversitat en l'equip i garantint la donació dels excedents de menjar a entitats benèfiques de l'entorn.

A més, en aquesta edició de 2026, Noel ha estat també distingida dins del projecte **#UNITEDFORSUSTAINABILITY** com a **"Empresa amb iniciatives sostenibles"**, un

distintiu entregat per l'organització del saló després d'avaluar les bones pràctiques de la companyia, que li permetrà figurar com a referent en sostenibilitat a la guia del visitant, l'aplicació oficial i els plafons informatius dels pavellons d'Alimentaria.

Aquestes distincions estan alineades amb l'**estratègia de sostenibilitat de Noel**, basada en tres eixos: medi ambient, persones i societat. En la vessant mediambiental, la companyia fa passos fermes cap a l'objectiu Net Zero 2050 i en l'ús responsable de recursos, avalats per fites tangibles com la **reducció d'un 25% del consum d'aigua per tona** produïda en un període de cinc anys, o l'**eliminació de més de 75 tones de plàstic anuals** dels envasos.

En l'àmbit persones, ha estat reconeguda amb la certificació **Great Place to Work**, un prestigiós reconeixement en gestió de persones gràcies l'alta valoració dels seus empleats. Aquesta certificació posa en valor una cultura corporativa basada en aspectes com la credibilitat, el respecte o la companyonia. Paral·lelament, Noel també ha rebut la certificació **Bretxa Salarial Verificada** concedida per **AENOR**, que acredita que la organització aplica de manera efectiva el principi d'igualtat retributiva entre dones i homes, garantint que no existeixen diferències salarials per raó de gènere. Pel que fa a la promoció del talent, Noel ha impulsat més de 55.000 hores de formació a través de Noel Academy, la seva plataforma de desenvolupament intern.

Pel que fa al tercer eix, la societat, la companyia destaca especialment a través de la contribució de les seves fundacions: la **Fundació Albert Bosch**, dedicada a la investigació mèdica del càncer infantil, i la **Fundació Maria Rosa Sans**, que des de la seva creació ha impulsat la trajectòria acadèmica de joves estudiants de la Garrotxa mitjançant programes de beques.

UBICACIÓ DE L'ESTAND DE NOEL A ALIMENTARIA 2026

L'estand de Noel està ubicat a Intercarn, el saló dedicat a la carn ubicat al pavelló número 3, nivell 0, carrer C, estand 130.

INTERVENCIONS DE NOEL A ALIMENTARIA 2026

DIA	HORA	LLOC	TÍTOL	PORTAVEU
Dimecres, 25 de març	10:15h – 11:30h	Auditori - The Alimentaria Hub	'De Cerca', el punto de encuentro de las directivas	Maria Sánchez, Directora Corporativa de



Nota de premsa

			cárnicas - Taula rodona	Màrqueting de Noel
Dimecres, 25 de març	10:30h – 11:45h	Sala INNOVAL by CaixaBank - The Alimentaria Hub	IA en la indústria alimentària: de la receta a la producció - Taula rodona	Jaume Planella, Director Corporatiu d'R+D+i de Noel

Sobre Noel

Ubicada a Sant Joan les Fonts (Girona), Noel Alimentaria és un grup d'alimentació familiar de quarta generació, especialitzat en la producció i distribució, tant nacional com internacional, de pernil cuït i curat, embotits, carns i elaborats frescos, plats preparats, pizzes, cremes i sucus vegetals, entre d'altres.

Amb una plantilla de més de 2.700 persones, 15 centres de producció repartits per tota Espanya i activitat en 66 països amb presència en la gran distribució, el propòsit de la companyia és promoure, de manera sostenible, el desenvolupament de les persones a través de l'alimentació. I ho fa oferint als seus consumidors productes que compleixen quatre premisses fonamentals: salut, conveniència, plaer de consum i sostenibilitat.

Accedeix a la [sala de premsa](#) de Noel.

Per a més informació:

LLYC

noel@llyc.global · 93 217 22 17

Violant Flores

vflores@llyc.global

Ainhoa Leyton

ainhoa.leyton@llyc.global

Pol Urbiola

pol.urbiola@llyc.global