

ALBERTO ROSA

RESPONSABLE DE GDO DE MAMMAFIORE

“Actuamos como puente entre autenticidad, calidad y viabilidad industrial”

Balance 2025

Mammafiore ha consolidado, durante 2025, su presencia en más de 2.000 puntos de venta en España, manteniendo un crecimiento sostenido. La compañía colabora con los principales operadores nacionales y regionales y dispone de una red logística consolidada, capaz de ofrecer cobertura en todo el territorio español, incluidas Baleares y Canarias.

Perspectivas 2026

Cada vez percibimos un mayor reconocimiento por parte de los *retailers* hacia la colaboración con un *partner* especializado en categorías de valor añadido, capaz de aportar conocimiento del producto y una propuesta diferencial. De cara a 2026, prevemos seguir ampliando nuestras soluciones a medida y reforzar nuestra presencia en nuevas familias de producto con potencial de crecimiento.

Horizontes

La evolución del gran consumo para 2026 apunta a un consumidor cada vez más exigente, informado y orientado al valor. La MDD seguirá ganando peso, impulsada no solo por la relación calidad-precio, sino también por la sostenibilidad, la conveniencia y las propuestas *premium* accesibles. En este contexto, categorías como *snacks*, productos frescos y soluciones listas para el consumo seguirán creciendo. Para Mammafiore, este escenario supone una oportunidad para aportar conocimiento del producto y trasladar propuestas del universo *horeca* al gran consumo.

Pilares estratégicos

Nuestra estrategia se basa en consolidarnos como un *partner* capaz de integrar las principales palancas de desarrollo de una marca MDD y de gran consumo: desde la producción y la logística hasta la definición del surtido y la adaptación por canal. Nuestro propósito es conectar productos que ya funcionan en el canal *horeca* con una escala viable para el gran consumo. Con más de 18 años de experiencia en el sector,

actuamos como puente entre autenticidad, calidad y viabilidad industrial, manteniendo la esencia del producto sin renunciar a la competitividad.

Marcas

En un contexto en el que la MDD gana peso, la artesanidad, la transparencia y el origen del producto se han convertido en atributos clave. Las marcas del distribuidor requieren socios capaces de garantizar calidad de forma sostenida. En Mammafiore desarrollamos proyectos MDD *ad hoc* junto a fabricantes especializados, lo que nos permite ofrecer productos con una sólida relación calidad-precio y construir surtidos competitivos en categorías frescas, súper frescas y secas.

Innovación

La innovación forma parte de nuestra identidad y va más allá de lo operativo o logístico. Nuestra presencia en varios mercados europeos desde hace más de 18 años, como España, Francia, Reino Unido y Alemania, nos permite identificar de primera mano las tendencias gastronómicas emergentes. Este conocimiento nos sitúa como curadores de producto, analizando y seleccionando categorías con potencial para el gran consumo. Gracias a ello, hemos impulsado productos en auge como *burrata*, *pinsa*, *focaccia*, *stracciatella* y *guanciale*, entre otros.

Desafíos

La coyuntura global exige una capacidad constante de adaptación y afecta a toda la cadena de valor, desde las materias primas y la logística hasta la demanda y la competitividad. En este contexto, nuestro desafío es mantenernos firmes en nuestros valores y en nuestro modelo de trabajo. Seguimos apostando por una visión curatorial y especializada de las tendencias gastronómicas, que nos permite ofrecer soluciones relevantes y alineadas con las necesidades del mercado y de nuestros socios.

