



2015

INFORME DE PROGRESO
Compromiso 2020 en Responsabilidad Social Empresarial

índice



- Mensaje del Consejero Delegado **4**
- Perfil de compañía **6**
- Aprovisionamientos **10**
- El cuidado del medio ambiente **18**
- Nuestras personas **22**
- El interés por la comunidad **28**
- Nutrición saludable **32**

mensaje

del Consejero Delegado



Me complace presentar

el informe de progreso de Natra correspondiente al ejercicio 2015 en el que renovamos, hacemos balance de nuestro compromiso con los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y compartimos con nuestros grupos de interés las acciones realizadas durante 2015 para avanzar en nuestro compromiso 2020.

Tras la exitosa reestructuración de la deuda del Grupo, Natra ha sentado las bases para hacer sostenible la tendencia de crecimiento junto con los niveles de rentabilidad positiva del Grupo. Así, en 2015, la actividad de cacao y chocolate, principal negocio de Natra, ha alcanzado una cifra de ventas de 369 millones de euros, un 8,6% superior a la cifra obtenida en 2014, y un EBITDA de 21,1 millones, lo que supone una mejora sustancial respecto al ejercicio anterior y la señal de que la compañía ha iniciado una senda de crecimiento y rentabilidad.

A pesar del adverso escenario económico global de los últimos años y del proceso de reestructuración vivido en la compañía hemos mantenido los niveles de empleo, manifestando con hechos que nuestras personas son el principal activo de Natra.

A finales de 2014, el Consejo de Administración aprobó el Código Ético del Grupo. A lo largo del año 2015 se ha realizado la comunicación y difusión del Código con el fin de que todos los empleados conocieran su existencia y contenido.

En coherencia con el compromiso adquirido con el aprovisionamiento sostenible de nuestras principales materias primas, Natra ha comprado avellanas de la cosecha de 2015 del primer lote de avellanas certificadas UTZ, que garantiza, entre otros aspectos, que no se ha empleado mano de obra infantil. Natra es miembro fundador de esta iniciativa que promueve estándares de sostenibilidad en el cultivo de la avellana.

En materia ambiental hemos seguido avanzando en iniciativas relacionadas principalmente con la reducción de consumos de agua, energía y residuos.

Asimismo, al igual que en años anteriores, hemos seguido apoyando al Centro Amigo Doumé que gestiona la Fundación Amigó en Costa de Marfil, y colaborando con los bancos de alimentos locales y otras iniciativas de carácter social y deportivas.

Finalmente, quiero aprovechar estas líneas para agradecer la confianza de nuestros clientes, el apoyo de nuestros proveedores, así como el trabajo y el compromiso de todos los que formáis parte de Natra.

Juan Dionis Trenor
Consejero Delegado

Natra ha sentado las bases para hacer sostenible la tendencia de crecimiento junto con los niveles de rentabilidad positiva del Grupo.

perfil

de la compañía



Natra es un grupo multinacional

de referencia en la fabricación y elaboración de productos de chocolate y derivados del cacao, cuya misión es ser el socio estratégico global para la gran distribución alimentaria, la industria de la alimentación y otros canales en el desarrollo y fabricación de productos de chocolate y derivados de cacao. Para lograrlo, la compañía se apoya en cuatro grandes valores corporativos:



La actividad de Natra se articula en torno a dos Divisiones: la División de Consumo y la División Industrial.

División de Consumo

Suministra a las grandes cadenas de distribución

Barritas de chocolate
Bombones y trufas belgas
Cremas untables
Tabletas de chocolate



División Industrial

Suministra a la industria alimentaria

Pasta, polvo y manteca de cacao
Chocolate líquido y en polvo





Natra cuenta con presencia internacional a través de sus seis plantas de producción ubicadas en Oñati y Valencia (España), Bredene y Malle (Bélgica), Saint-Étienne (Francia) y Ontario (Canadá), a la vez que comercializa sus productos en los cinco continentes.



Las acciones de Natra están admitidas a cotización oficial en el mercado continuo de Madrid y Valencia. Junto a su principal actividad en la industria del chocolate, la compañía ostenta una participación accionarial en la compañía Laboratorio Reig Jofre (antes Natraceutical), compañía farmacéutica especializada en la comercialización de medicamentos y complementos nutricionales.

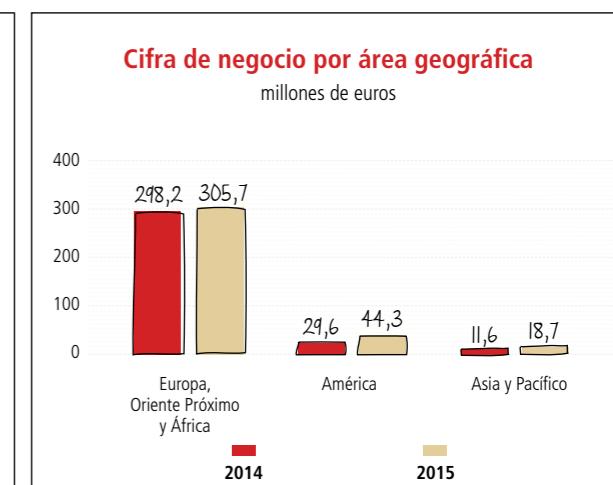
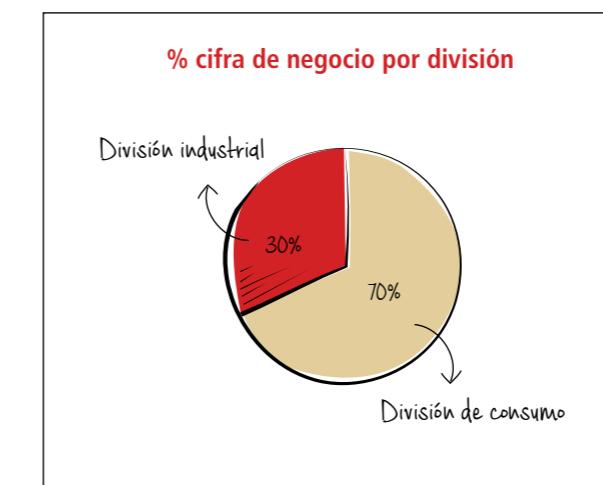
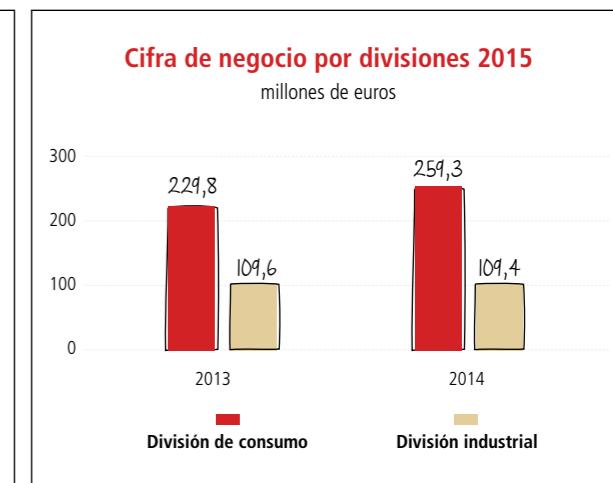
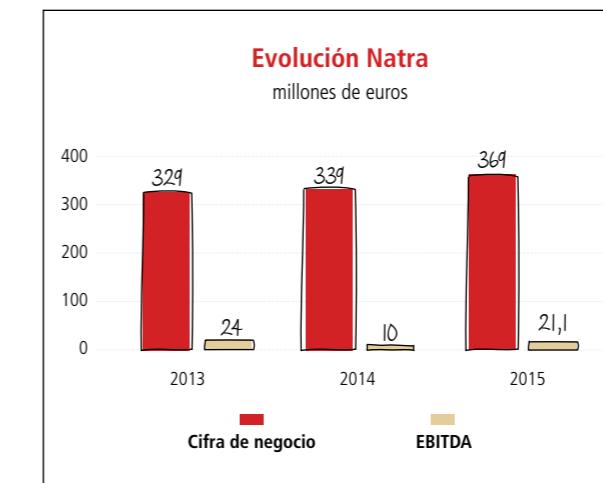
Natra en 2015

El gran hito en 2015 ha sido que Natra y algunas sociedades de su Grupo han suscrito con sus principales entidades financieras acreedoras un contrato de reestructuración de la deuda financiera del Grupo, así como la hoja de ruta a seguir hasta la completa formalización de los acuerdos que permitan reforzar su estructura financiera.

Tras la reestructuración de la deuda y la mejora de la eficiencia operativa, la compañía ha sentado las bases para hacer sostenible la tendencia de

crecimiento junto con los niveles de rentabilidad positiva del Grupo. Así, en 2015 ha obtenido un beneficio neto de 4,5 millones.

Los resultados del ejercicio 2015 reflejan la consolidación de la tendencia creciente de las ventas y una mayor rentabilidad de las mismas. Asimismo, el cierre de la fase de reestructuración financiera ha supuesto, por un lado, la reducción de la deuda y por otro, una mejora en las condiciones de la misma.



aprovisionamientos

OBJETIVOS 2020

- Promover la certificación entre cooperativas de productores de cacao con las que tengamos relación.
- Participar en organizaciones sin ánimo de lucro que promuevan la protección de los agricultores y sus familias, así como la organización eficaz de las cooperativas en que se agrupan.
- Publicar anualmente información sobre la procedencia del cacao indicando que proporción del total ha sido certificada y cuáles han sido los sellos certificadores
- Aumentar gradualmente la compra de cacao certificado en los productos con marca propia hasta alcanzar el 100% en el año 2020*
- Promover el uso de cacao certificado entre nuestros clientes*

* La meta inicial de lograr que el consumo de cacao certificado fuese del 100% en el año 2020 se ha reformulado y desdoblado en estos dos objetivos.

El cacao (esencia de Natra)

los azúcares, los aceites, los lácteos y los frutos secos son las principales materias primas de la compañía. Desde la óptica de la sostenibilidad del sector, la atención de Natra se focaliza especialmente en el cacao, los aceites y los frutos secos.

Durante el año 2015, Natra ha mantenido su compromiso con el aprovisionamiento sostenible principalmente a través de programas que aseguran la trazabilidad del producto y la viabilidad de su obtención a largo plazo, con especial énfasis en la abolición de cualquier forma de trabajo infantil o forzado. El trabajo infantil sigue siendo uno de los mayores desafíos en algunos de los países donde nos abastecemos de materia prima como Costa de Marfil o Turquía.



Objetivos 2015	Cumplimiento
Incrementar la compra de cacao certificado hasta el 19% del consumo total	Se alcanzó el 17%
Inclusión de la cooperativa COOPADIS en el programa de protección infantil de la ICI, International Cocoa Initiative	✓
Comprar avellanas del primer lote certificado UTZ	✓



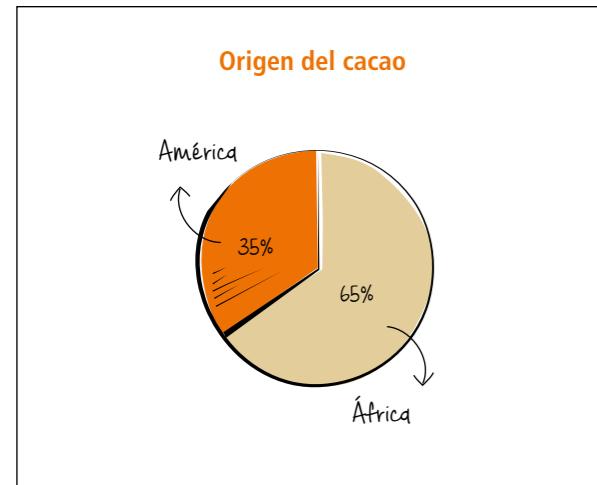
65%
del cacao adquirido
por Natra procede
del continente africano

ICI

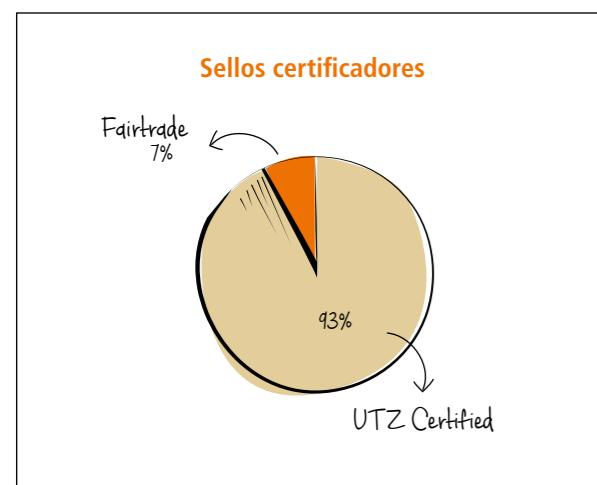
organización que trabaja en ofrecer soluciones sostenibles frente a retos sociales en el sector del cacao

Cacao

En 2015, el 65% del cacao adquirido por Natra procede del continente africano y el 35% restante, del continente americano. Cabe destacar que la compra de cacao en el mercado americano ha crecido de manera significativa con respecto al año 2014, subiendo del 18% al 35% actual.



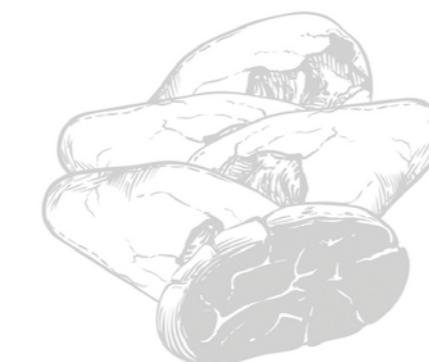
En línea con el compromiso de adquirir cacao de calidad cultivado de manera sostenible, el cacao certificado ha supuesto en el año 2015 en torno al 17% del total. La distribución por sellos certificadores ha sido la siguiente:



Natra es miembro de organizaciones como Fairtrade International, UTZ Certified o Rainforest Alliance, que promueven la sostenibilidad del cultivo de cacao mediante la mejora de las condiciones de vida de los agricultores, sus familias y comunidades, y la preservación del medio ambiente. Asimismo, la compañía forma parte del Product Advisory Committee (PAC) de UTZ, cuyo rol consiste en asesorar en el desarrollo, implementación y revisión de los programas específicos de productos UTZ.

Por otro lado, Natra se incorporó en 2014 a la International Cocoa Initiative (ICI), organización que trabaja en ofrecer soluciones sostenibles frente a retos sociales en el sector del cacao y especialmente centrada en la lucha contra el trabajo infantil y la protección de menores. ICI cuenta entre sus miembros y socios con algunas de las mayores y más influyentes compañías de chocolate, proveedores y procesadores de cacao, organizaciones internacionales como OIT o UNICEF, y organizaciones representantes de la sociedad civil.

Gracias al apoyo de Natra, en septiembre de 2015, la comunidad de Blédou Kangakro de nuestra cooperativa suministradora de cacao UTZ en Costa de Marfil, Cooperativa Coopadis, fue seleccionada para formar parte del programa de la ICI de protección infantil. A través de esta iniciativa colaboramos en la lucha contra el trabajo infantil y el fomento de la escolarización de los niños en comunidades productoras de cacao como Costa de Marfil y Ghana.



Aceite de palma

Apoyamos la producción de aceite de palma con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. Como miembro de la iniciativa Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) asumimos el compromiso de consumir sólo aceite de palma procedente de plantaciones certificadas por RSPO.

El 100% del aceite de palma adquirido en 2015 procede de cultivos certificados RSPO, principalmente de Malasia e Indonesia.

Desde el mes de mayo de 2014 pertenecemos a la "Belgian Alliance for Sustainable Palm Oil", siendo también miembro del Comité Ejecutivo. En esta organización empresas como Ferrero, Vandemoortele, Lotus o Unilever unieron sus fuerzas para lograr que todo el aceite de palma contenido en los productos que se comercializara en el mercado belga fuese certificado de acuerdo a los principios y criterios RSPO a finales de 2015. Y ese objetivo es ya una realidad.

Por su parte, Natra se ha marcado para el año 2016 el objetivo de seguir participando en iniciativas que promuevan el uso de aceite de palma sostenible en otros países.

100%
del aceite de palma adquirido
en 2015 procede de cultivos
certificados RSPO





Avellanas

La industria chocolatera es la principal consumidora de avellanas, siendo Turquía el mayor productor mundial. Gran parte de las compras de avellanas de Natra proceden de esta zona geográfica, el 89% en 2015. El resto se reparte entre Italia y España.

El trabajo infantil sigue siendo uno de los mayores retos en el sector de la avellana en Turquía. En esa línea, Natra colabora en un proyecto promovido por la OIT y CAOBISCO cuyo objetivo principal es contribuir, en línea con la estrategia del gobierno turco, a la eliminación del trabajo infantil durante la temporada de recolección de avellana en Turquía, poniendo especial foco en la escolarización de los niños que se desplazan con sus familiares. El proyecto incluye actividades de sensibilización dirigidas a las familias, los empleadores, los intermediarios, la sociedad civil y los medios de comunicación. Entre 2013 y 2015, 1.281 niños entre 4 y 16 años se han beneficiado de este programa.



Asimismo, Natra participa activamente en la iniciativa de UTZ Certified dirigida a promover estándares de sostenibilidad en el cultivo de la avellana. Junto a las empresas Rewe, Jumbo y Migros, Natra es miembro fundador, así como miembro del Comité Director.

Durante el año 2014 se puso en marcha este programa. A finales de 2015 son ya alrededor de 2.000 los agricultores capacitados para aplicar los estándares UTZ Certified, los cuales contienen requisitos sobre buenas prácticas agrícolas, condiciones de trabajo seguras y saludables y protección del medio ambiente.

En coherencia con el compromiso adquirido, Natra ha comprado parte de las avellanas de la cosecha de 2015 del primer lote de avellanas certificadas UTZ, que garantiza que no se ha empleado mano de obra infantil. Por su parte, se está promoviendo también el uso de las avellanas UTZ entre los clientes de la compañía.



Natra

participa activamente en la
iniciativa de UTZ Certified



el cuidado del
**medio
ambiente**

OBJETIVOS 2020

- Adquirir el 100% de aceite de palma de plantaciones compatibles con la supervivencia de los bosques tropicales
- Fomentar el uso racional de los recursos naturales, con especial énfasis en la reducción de consumos de agua y energía.
- Medir la huella de carbono de cada uno de nuestros productos
- Comprar energía verde siempre que sea posible
- Usar cartón procedente de una gestión ambientalmente apropiada y socialmente beneficiosa
- Promover el aprovechamiento para todos los residuos generados

20%

reducción de cáscara de cacao destinada a residuos



En relación a la reducción de la cantidad de cáscara de cacao destinada a residuos, a final de 2015, en Natra Cacao se obtuvo una reducción en torno al 20% con respecto al ejercicio 2014, superior al 10% establecido. Esta mejora se debe en parte al incremento de su venta como materia prima para alimentación animal. Por otro lado, y en la misma línea, se ha producido la inclusión de Natra Cacao en el Registro general de establecimientos en el sector de alimentación animal (RD 821/2008) y en el Registro de alimentación animal de la Comunidad Valenciana.

Asimismo, Natra Cacao ha mejorado la gestión de los residuos "lodos de depuradora" a través de su

entrega a una planta de compostaje autorizada donde se procesan antes de su aplicación agrícola, en lugar de utilizar los lodos en la producción agrícola inmediatamente después de su retirada de la depuradora.

Por su parte, Natra Oñati ha logrado reducir, con respecto al ejercicio anterior, los residuos orgánicos generados en un 22%, porcentaje significativamente superior al 20% establecido. Este logro se ha debido tanto a la puesta en marcha de varias acciones para aumentar la eficiencia de varias líneas de producción como a un aumento de la tasa de reciclaje de reprocesados.

Natra se ha comprometido

a contribuir a crear un entorno de mayor calidad y un medio ambiente más sano. Y en esa línea, en las distintas plantas, se establecen objetivos de control y reducción de consumos de agua y energía, así como de residuos.

Por su parte, en el capítulo de Aprovisionamientos ha quedado reflejado nuestro compromiso con el consumo de cacao y aceite de palma certificado. Estas certificaciones garantizan que se cumple con diversidad de criterios de carácter ambiental.

Objetivos 2015	Alcance	Cumplimiento
Reducción del 10% de la cantidad de cáscara de cacao destinada a residuos	Natra Cacao	✓
Garantizar la seguridad de la gestión de los lodos de la depuradora. Validar el uso ecológico de los lodos producidos	Natra Cacao	✓
Reducción del 20% de residuo orgánico	Natra Oñati	✓



Asimismo, se han realizado estudios de eficiencia y mejora energética en algunas plantas y se ha logrado una mejora en un 25% de la gestión de residuos en oficinas y laboratorio en Natra Cacao.

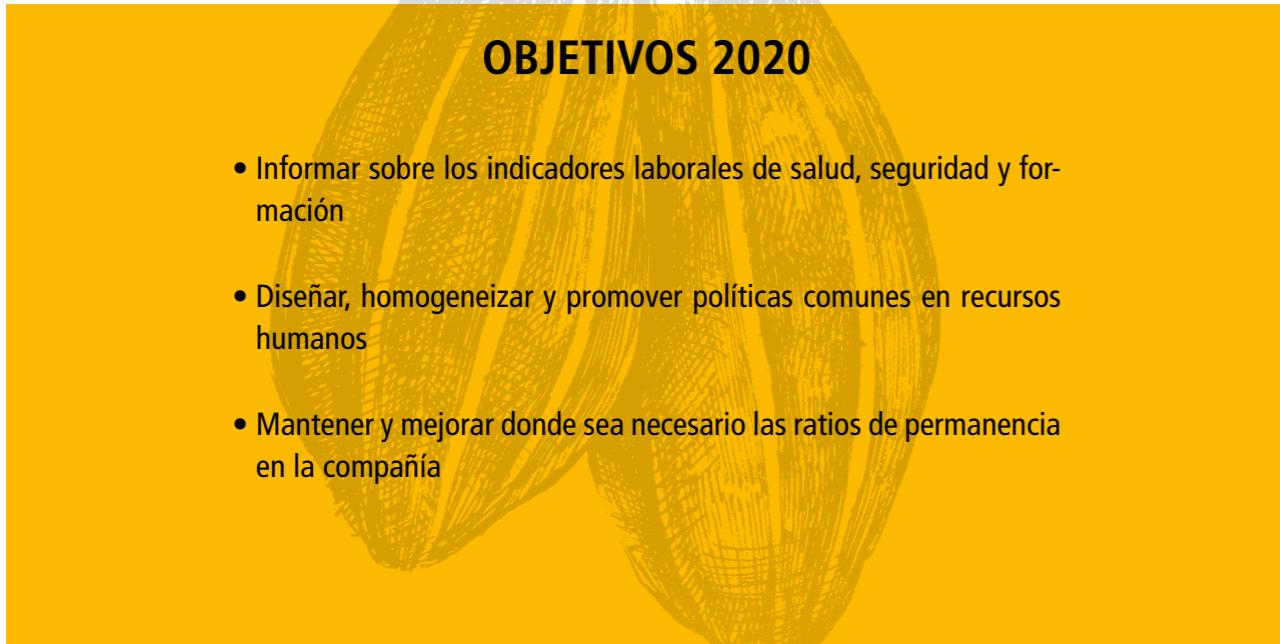
Con la finalidad de seguir avanzando en nuestro compromiso con la mejora ambiental y con el horizonte 2020 se han establecido algunos objetivos para el año 2016, los cuales se detallan a continuación:

Objetivos 2016	Alcance
Instalación de una planta de tratamiento del agua residual	Natra St. Etienne
Adaptación del Sistema de Gestión Medioambiental bajo el nuevo estándar ISO 14001:2015	Natra Cacao
Reducción del 15% de los residuos orgánicos	Natra Malle
Reducción del 15% del consumo de agua de pozo	Natra Cacao



nuestras
personas





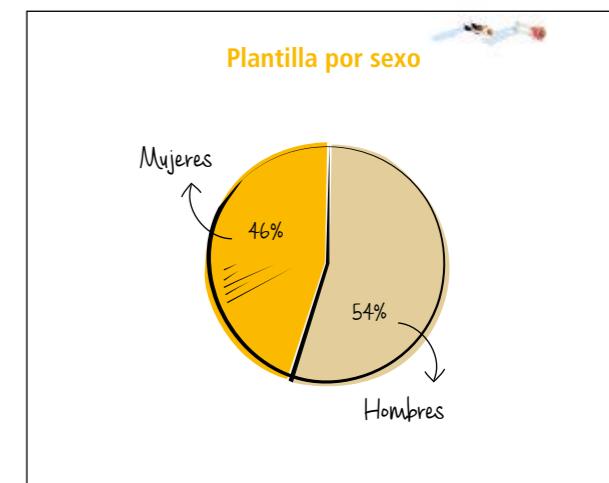
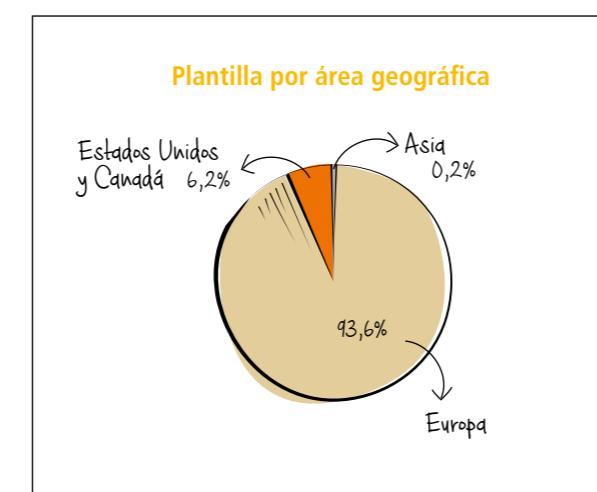
Tras la complicada etapa vivida,

tanto por la crisis a nivel global como por el proceso desarrollado por Natra hasta completar su reestructuración financiera, estamos satisfechos de haber podido mantener los niveles de empleo de los últimos años, ya que nuestra plantilla es el activo de Natra más valioso.

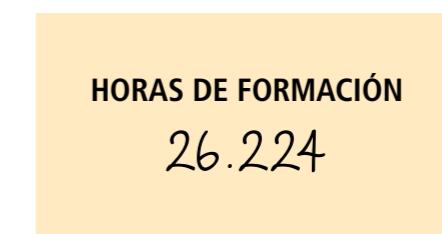
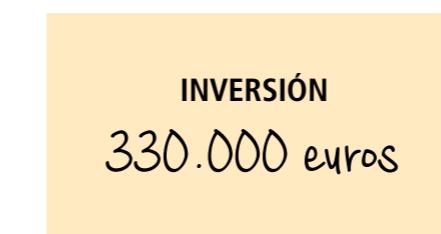
Uno de los hitos del año 2015 ha sido el diseño y establecimiento de un nuevo modelo organizativo, que supone que la compañía se divide en cuatro unidades de negocio orientadas a producto: Countlines; Cocoa; Chocolate & Tablets; Spreads y Belgian Specialties. Junto a las unidades de negocio existen cuatro áreas funcionales: Financial, Resources, Technical, Quality & Brands. Tanto los directores de las unidades de negocio como los directores de cada área funcional forman parte del comité de dirección.

A 31 de diciembre de 2015 la plantilla de Natra está compuesta por 1.013 personas, de las que 461 son mujeres y 552 hombres, ubicados entre España, Bélgica, Reino Unido, Alemania, Hong Kong, Estados Unidos y Canadá.

Natra sigue apostado por la estabilidad de la plantilla, con un 86% de empleados con contrato fijo y el 14% restante con contrato temporal. Asimismo, se mantienen ratios de rotación muy bajos, alcanzando el 1% en el año 2015.



Por otro lado, hemos continuado apostando por la formación de nuestros empleados durante 2015.



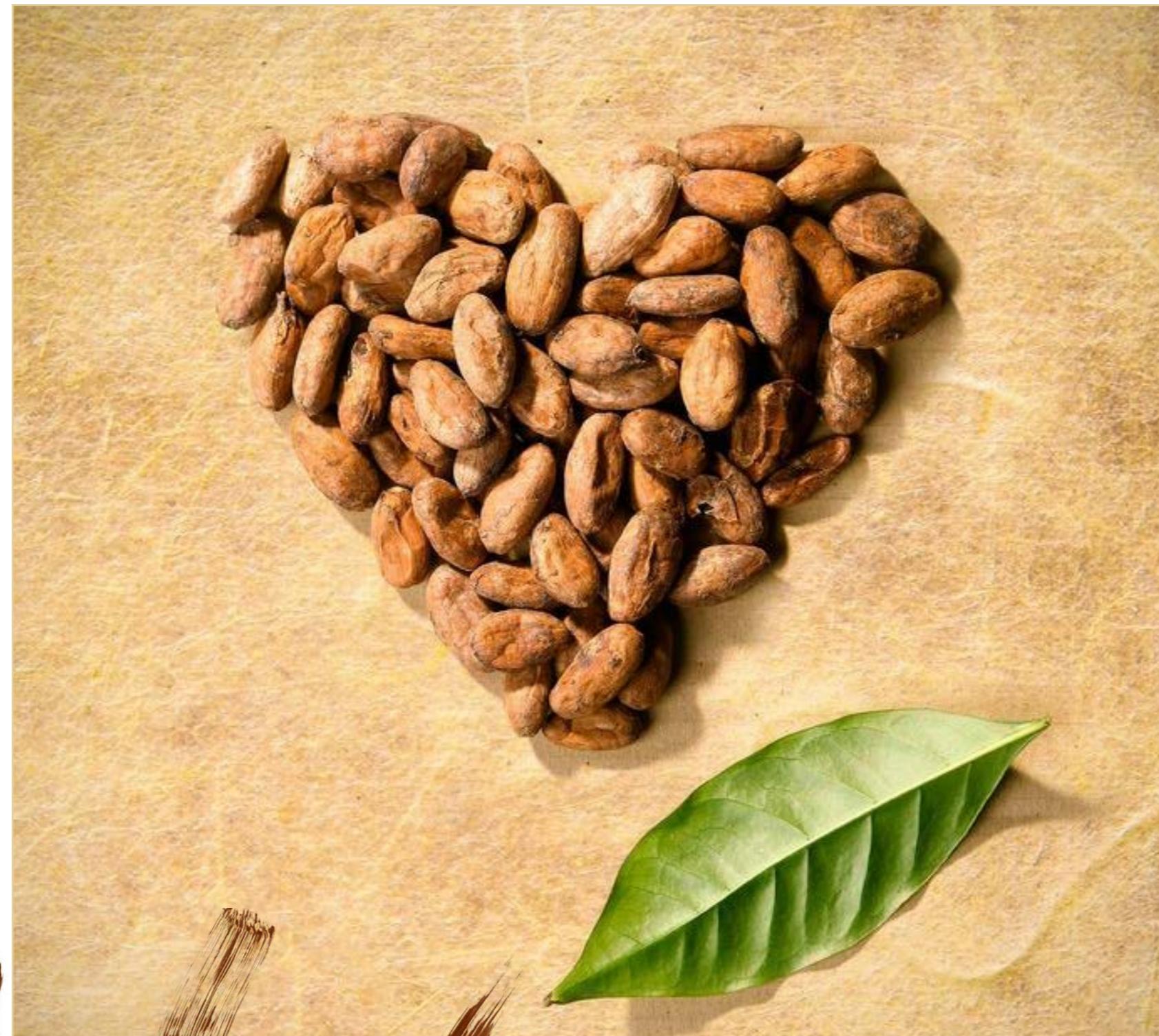
La formación se ha enfocado hacia materias como idiomas, seguridad alimentaria, comercio justo, nuevos procedimientos y sistemas, etc.

Asimismo, en materia de salud y seguridad laboral se han realizado diversas iniciativas, que se detallan a continuación:

- Reconocimientos médicos periódicos o de retorno por contrato nuevo o tras una baja prolongada.
- Investigaciones sobre los accidentes y establecimiento de acciones correctoras.
- Acciones de comunicación de indicadores de seguridad en planta.
- Mejoras ergonómicas en finales de producción, protección innovadora en estructuras y estanterías.
- Adaptaciones de infraestructuras en materia de seguridad laboral.
- Formación en normas de seguridad de maquinaria, riesgos por exposición a ruido y medidas preventivas, y manipulación de sosa cáustica.

Durante 2015 se han producido 69 accidentes con baja (incluidos dos accidentes in itinere) y ningún accidente mortal.

En las dos plantas ubicadas en España se superan las ratios exigidos por la LISMI, Ley de Integración Social del Minusválido, alcanzando el 3,80% en Oñati y el 3,73% en Valencia.



Cultura ética

Conscientes de la importancia de contar con una cultura corporativa basada en la ética, en los últimos años se han llevado a cabo diferentes iniciativas orientadas a establecer herramientas que ayuden a generar un comportamiento responsable de todas las personas que forman parte de nuestra compañía.

Así, en el año 2012 se puso en marcha el Programa de Prevención de Delitos de Natra. En el marco de dicho Programa, se diseñó el mapa de riesgos del Grupo, se priorizaron los riesgos, y se identificaron medidas de control y planes de acción tendentes a minimizar los riesgos penales del Grupo. Asimismo, se diseñaron una serie de indicadores y se dieron los primeros pasos del modelo organizativo encargado de dar cumplimiento al Programa de Prevención de Riesgos.

Por otro lado, en diciembre de 2014 el Consejo de Administración de Natra aprobó el Código Ético, de aplicación a todo el personal de las sociedades que forman el Grupo y que recoge los principios éticos y de conducta que deben presidir la actividad de la compañía basado en los valores corporativos, los diez compromisos del Pacto Mundial y la normativa aplicable.

Asimismo, se constituyó el Comité de ética y el correspondiente canal de denuncias canal.etico@natra.com.

A lo largo del año 2015 se ha hecho la comunicación y difusión del código de conducta con el fin de que todos los empleados conocieran la existencia y contenido del Código.

A close-up photograph of two hands reaching towards each other from opposite sides. The hands are positioned palm-up, fingers spread wide, as if in a gesture of greeting or reaching for something. The lighting is dramatic, with strong highlights and shadows on the skin, emphasizing the texture and depth of the hands.

interés por la
comunidad

OBJETIVOS 2020

- Incrementar la colaboración destinada a organizaciones que trabajen directamente por el bienestar de la población en los países proveedores de cacao donde nos abastecemos
- Establecer una colaboración continuada con los bancos de alimentos locales
- Seguir promoviendo acciones de patrocinio vinculados al deporte y la vida sana



Una de las líneas vertebradoras

de Natra en materia de responsabilidad social empresarial es el interés por la comunidad, entendida como la extensión de la responsabilidad de la empresa con proveedores, clientes, consumidores, y comunidades vinculadas con nuestro ámbito de actuación, especialmente en los países proveedores de nuestras materias primas.



A través de nuestra participación en iniciativas promovidas por organizaciones como UTZ Certified, COABISCO, OIT, etc., contribuimos tanto al desarrollo socio económico de los países proveedores de nuestras materias primas como a la mejora de las condiciones de vida de sus familias y comunidades. Especialmente, cabe destacar nuestra implicación en proyectos que luchan contra el trabajo infantil y fomentan la escolarización de niños.

Asimismo, al igual que en años anteriores, hemos seguido apoyando económicamente al Centro Amigo Doumé que gestiona la Fundación Amigó. Doumé es un centro de protección y de iniciación profesional que acoge a niños entre los 13 y los 21 años ubicado en Abidjan, Costa de Marfil, desde donde se ayuda a jóvenes de la calle, huérfanos, menores en conflicto con la ley, maltratados o víctimas de explotación, a los cuales se les ofrece una oportunidad educativa y de protección.

Como novedad, hemos hecho extensible esta iniciativa a la plantilla con el doble objetivo de informar y sensibilizar sobre lo que se hace en el centro Doumé, y dar la opción de participar en el proyecto. Así, durante 2015, en la sede de Madrid y las plantas de Oñati y Quart de Poblet se habilitaron en la cafetería unas huchas animando a aportar entre 10 y 20 céntimos de euro por cada taza de café que se tomaran. La recaudación obtenida por parte de la plantilla se sumó a la aportación económica realizada por Natra a la Fundación Amigó.

Por otro lado, se ha seguido colaborando con los bancos de alimentos locales y otras iniciativas de carácter social y deportivas, a las cuales se han donado, durante el año 2015, más de cuarenta mil kilos de producto de nuestras diferentes fábricas.

Con respecto a nuestro compromiso de promover iniciativas ligadas al deporte y a la vida sana seguimos siendo el patrocinador oficial del equipo de baloncesto Aloña Mendi.



Natra también influye y está presente en la sociedad mediante la participación en foros y asociaciones relacionados principalmente con la actividad de la compañía, la industria alimentaria y el aprovisionamiento sostenible. Algunas organizaciones a las que Natra pertenece son las siguientes:

- Flanders Food
- Fevia. Belgian Federation for the food industry
- Choprabisco. Royal Belgian Association of the biscuit, pralines and confectionary
- Bioforum
- Asociación de Investigación de la Industria Agroalimentaria (AINIA)
- Federation of Cocoa Commerce (FCC)
- Asociación Nacional Prensadores de Cacao (AICE)
- International Cocoa Organization (ICCO)
- Produlce
- Syndicat du Chocolat
- RSPO, Roundtable Sustainable Palm Oil
- Belgian Alliance on Sustainable Palm Oil (BASP)
- ECOCERT. Organismo de certificación para el desarrollo sostenible
- International Cocoa Initiative (ICI)

Como miembro de la Belgian Alliance on Sustainable Palm Oil (BASP) estamos muy orgullosos de haber logrado alcanzar el objetivo de que, a 1 de diciembre de 2015, todo el aceite de palma contenido en los productos comercializados en el mercado belga por parte de los miembros de la alianza haya sido certificado de acuerdo a los principios y criterios RSPO. Destacar que Natra colaboró en la organización de la conferencia de prensa donde BASP informó sobre el cumplimiento del objetivo marcado y anunció nuevos objetivos para seguir avanzando en la sostenibilidad dentro del sector del aceite de palma.

nutrición
saludable



OBJETIVOS 2020

- Eliminar las grasas trans
- Sustituir los aromas artificiales por otros 100% naturales
- Reducir el contenido de sal
- Evitar el uso de colorantes artificiales

Nutrición y bienestar

El bienestar nutricional se logra combinando una alimentación saludable, variada y moderada, y la práctica regular de la actividad física.

En relación al consumo de chocolate, numerosos estudios científicos destacan los beneficios de su consumo como la mejora de la circulación de la sangre, su efecto antioxidante, la resistencia a la insulina o la mejora de la tensión arterial, entre otros. La comunidad científica concluye que la ingesta diaria de chocolate puede formar parte de una dieta sana, si bien, el consumo de chocolate debe ser moderado e ir acompañado del consumo de frutas y verduras, y de la práctica regular de ejercicio físico.

Numerosos estudios científicos destacan los beneficios del consumo de chocolate como la mejora de la circulación de la sangre, su efecto antioxidante, la resistencia a la insulina o la mejora de la tensión arterial, entre otros.

En el marco del compromiso 2020, Natra impulsa iniciativas para promover y fomentar la nutrición y estilos de vida saludables. Así, por ejemplo, en los últimos años hemos logrado reducir los niveles de azúcar, reemplazando el azúcar por estevia, o sustituyendo productos con lecitina de soja por lecitina de girasol para reducir el riesgo de alérgenos.

En lo que respecta a las grasas trans (grasas que pueden implicar un mayor riesgo de enfermedades cardiovasculares), a finales de 2015, casi todas las grasas hidrogenadas se habían eliminado. Asimismo, los niveles de sal en nuestras cremas untuosas y pralinés han seguido siendo muy bajos.

En cuanto a la promoción de estilos de vida saludable, desde Natra Malle se fomentó la participación en la carrera de Ekiden, que tuvo lugar en Bruselas en octubre de 2015.



Calidad y Seguridad alimentaria

La demanda de seguridad alimentaria es cada día mayor. Los consumidores y las autoridades exigen cada vez más que los alimentos que consumimos ofrezcan unos altos niveles de calidad y seguridad. Por ello, garantizar la máxima calidad y seguridad alimentaria en todos nuestros productos es fundamental en nuestra actividad. En ese sentido, Natra dispone de los sistemas y procesos necesarios para satisfacer las crecientes exigencias en esta materia. Además, como garantía de legalidad, seguridad y calidad de nuestros productos a finales del ejercicio 2015 contamos con las siguientes certificaciones:

Plantas	Certificados
Natra Malle	ISO 9001, IFS y BRC
Natra Oñati	ISO 9001, IFS y BRC
Natra St. Etienne	IFS y BRC
Natra Jacali	IFS y BRC
Natra Cacao	ISO 22000 y FSSC 22000





Edificio Master's I / Avda. General Perón, 38, 5º / 28020 Madrid, España / Tel. +34 914 178 868

www.natra.es