



JORDANS

El líder de los mueslis ama la naturaleza



Jordans se impone como el número 1 indiscutible del mercado de los mueslis. Líder en este segmento, la marca continúa innovando y lanza este año un Especial Frutas Muesli que se adapta perfectamente a la tendencia de naturalidad apreciada por los consumidores. Éxito garantizado. ¿Qué marca la diferencia? Un posicionamiento 100 % NATURAL: agricultura sostenible en alza y carácter natural de los productos terminados.

En 1855, la familia Jordans, propietaria de un molino en Bedfordshire, Gran Bretaña, suministra harinas de cereales a particulares y panaderos. Pero el rasgo de genio de Bill Jordans es la elección de la agricultura razonada. Este vanguardista le da la espalda a la agricultura intensiva, desarrollada después de la 2ª Guerra Mundial y dañina para el ecosistema. Es así que nuestro hombre de los cereales crea la etiqueta Conservation Grade. Esta carta, elaborada con científicos, exige disminuir a la mitad la utilización de pesticidas y herbicidas y recomienda el uso exclusivo de

En 1973, Bill Jordans, 3º del nombre, trae de Estados Unidos la Granola, un copo de trigo tostado. Lanza entonces el primer cereal crujiente en el mercado británico, el original crunchy, un verdadero éxito.

productos biodegradables. Bill Jordans se rodea entonces de agricultores motivados por su proyecto.

Estas nuevas restricciones agrícolas conllevan una ligera disminución de los rendimientos, compensada por un precio por tonelada superior a la tarifa del mercado. *“Es para justificar estos precios que Bill Jordans escoge comercializar sus productos en tiendas “bio”*”, explica Jean-Louis Marquet, director de Jordans Francia. El éxito de los cereales bio es inmediato: la gran distribución inglesa se interesa por ellos desde 1976.

“Agricultura sostenible y naturalidad del producto acabado han permitido a Jordans convertirse en líder del segmento de los mueslis, con el 30 % de la cuota del mercado.”

En los años 1980-1990, Jordans se desarrolla con nuevos productos y se orienta hacia la exportación, en particular a Francia, donde la filial abre sus puertas en 1991.

“En esa época, el mercado francés de los cereales listos para consumir estaba dominado por Kellogg’s con el 60 % de la cuota del mercado, Quaker con el 15 % y Nestlé con el 10 %, continúa Jean-Louis Marquet. Jordans llegó con productos de excelente calidad con niveles de precio comparables a los del mercado.”

Consumidores apegados a los productos naturales

Siempre en colaboración con científicos, Bill Jordans refuerza en efecto la exigencia medioambiental de la etiqueta “Conservation Grade”. Ahora, los agricultores deben dedicar el 10% de sus parcelas cultivadas al barbecho de gramíneas (acianos, amapolas silvestres, etc.). Este barbecho tiene como objetivo atraer a los insectos (abejas, abejorros, etc.) que polinizan las flores y permite anidar a los pájaros y a los animales salvajes. En invierno, las gramíneas satisfacen las necesidades nutritivas de los pájaros. *“Hay 5 veces más de vida silvestre en estas parcelas dedicadas a la naturaleza”*, insiste Jean-Louis Marquet. Hoy, la totalidad de los 120 agricultores británicos que trabajan para Jordans no han llegado al 10 % de barbecho, pero van hacia ello. Paralelamente, la empresa dedica la misma vigilancia a la transformación de los cereales en producto acabado,

excluyendo la utilización de aditivos o conservantes.

Así, los cereales Jordans se caracterizan decididamente por una agricultura sostenible en alza y por la naturalidad del producto acabado. Es este posicionamiento lo que ha permitido a la marca seducir a los consumidores con el 5,5 % de la cuota del mercado y cerca del 30 % en el segmento de los mueslis, donde la marca es hoy líder. *“Tenemos que tratar con clientes fieles y apegados al carácter natural de nuestros productos”*, se congratula Jean-Louis Marquet.

Jordans y Norbert Dentressangle

Jordans escogió al Grupo Norbert Dentressangle como transportista exclusivo para sus flujos entre las dos costas del Canal de la Mancha. El Grupo realiza todas las salidas desde la planta de producción de Biggleswade (GB) con destino al almacén central de Savigny-le-Temple (F).

Norbert Dentressangle pone a disposición de la planta inglesa remolques en stand-by que se cargan progresivamente con pallets. Los semirremolques llegan a la planta donde los remolques vacíos son intercambiados por remolques llenos, haciendo ganar un tiempo considerable a los dos socios. Norbert Dentressangle, que retira una decena de vehículos por semana y asegura las cargas durante el fin de semana, suministra en 24 horas, un plazo particularmente apreciado por Jordans.

