



## Turrones y Mazapanes

- UNA CAMPAÑA RAZONABLEMENTE EQUILIBRADA A PESAR DE LAS CIRCUNSTANCIAS. La categoría de turrones y mazapanes ha sido, sin duda, una de las más perjudicadas por el contexto de gran incertidumbre y volatilidad en torno a algunas de las materias primas básicas para su fabricación (cacao, almendra, etc). No obstante, y a pesar de la volatilidad y rallies alcistas que han vivido los mercados internacionales de materias primas, el ejercicio cierra con un diferencial valor-volumen no tan abultado ni alejado del ejercicio anterior. Así, mientras que la producción crece un 3,7%, los volúmenes caen un 3,4%, marcando un diferencial entre ambas magnitudes de 7,1 p.p.

Así, la facturación en 2024 asciende a 361 millones de euros, con 29.200 Tm de turrones y mazapanes puestas en mercado nacional e internacional. Con un 80% de las ventas aún concentradas en el mercado nacional y en apenas unas pocas semanas, el consumo en España crece un 4,2% en valor hasta alcanzar los 290 millones de euros, mientras que los volúmenes caen un 4,8%, con 22.200 Tm.

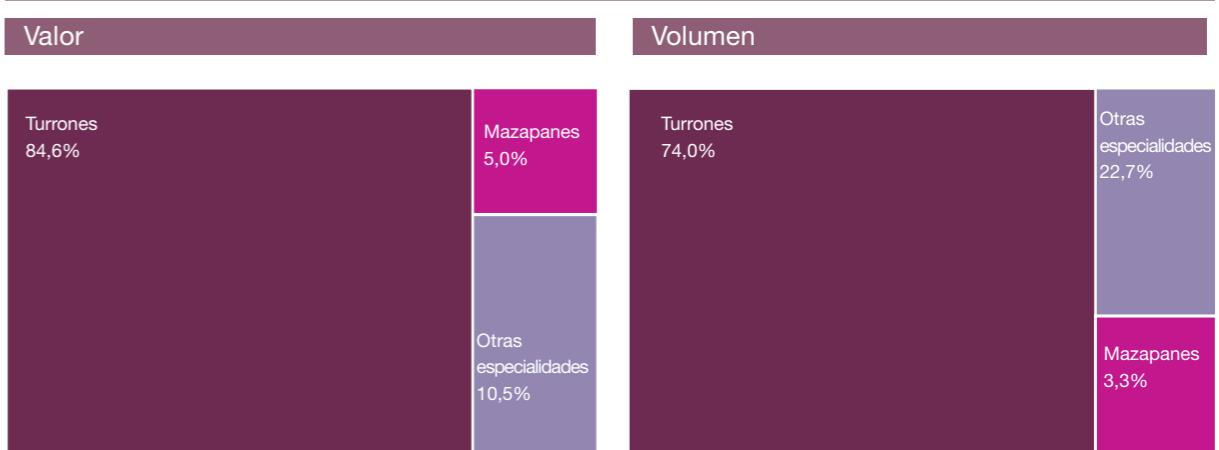
- LA EXPORTACIÓN SUFRE Y BUSCA EL REEQUILIBRIO TAN UN 2023 MUY DESEQUILIBRADO. En 2023 nuestras ventas exteriores de esta categoría aumentaron un 3,2% en términos de facturación, pero dejándose un 17,9% en volúmenes. Esta diferencia de 21,1 p.p. entre ambas magnitudes ha exigido que en 2024 la categoría haya tenido que hacer un esfuerzo para volver a reequilibrar la relación entre valor y volúmenes, a pesar del complejo entorno en el que todavía ha operado. Al cierre de este ejercicio podemos decir que se ha recorrido una parte muy importante del camino hacia ese reequilibrio. Aunque la categoría ha perdido un 1% de su facturación exterior respecto a 2023 (68,5 millones de euros), ha aumentado los volúmenes servidos en un 9,3% (7.100 Tm), lo que nos deja un diferencial valor-volumen de -10,3 p.p. cerrando así el gap en aproximadamente la mitad.
- LA ESTABILIDAD MARCA LA PAUTA EN LA PARTICIPACIÓN EN VENTAS DE LAS DIFERENTES ESPECIALIDADES. El mix de consumo apenas muestra variaciones respecto a 2023. Los turrones continúan siendo los reyes indiscutibles de la Navidad, a pesar de mostrar un ligerísimo retroceso, tanto en valor (-0,4 p.p.) como en volumen (-0,5 p.p.), contabilizando casi el 85% de las ventas de dulces navideños. Los mazapanes avanzan y ganan 0,4 p.p. de participación en valor en las ventas globales, lo que supone un aumento de sus ventas del 13,3% respecto a 2023. El resto de especialidades aumentan muy ligeramente su participación, tanto en valor como en volumen.

### Principales magnitudes y progresión (2022-2024)

Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2022	2023	2024	%23/22	%24/23	2022	2023	2024	%23/22	%24/23
Facturación Total	325,5	347,9	360,8	6,9%	3,7%	30,7	30,2	29,2	-1,5%	-3,4%
Mercado Interior (a)	258,5	278,3	290,1	7,7%	4,2%	22,7	23,3	22,2	2,8%	-4,8%
Exportaciones	67,1	69,2	68,5	3,2%	-1,0%	8,0	6,5	7,1	-17,9%	9,3%
Importaciones (b)										
Consumo Aparente (a+b)	258,5	278,3	290,1	7,7%	4,2%	22,7	23,3	22,2	2,8%	-4,8%

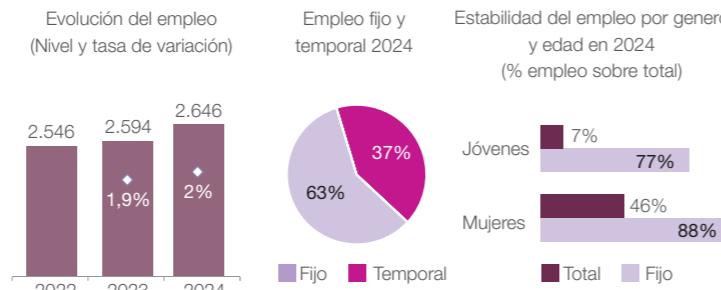
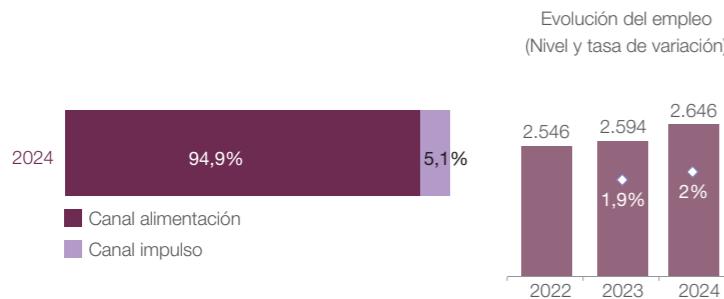
### Detalle Nacional

#### Mix Productos 2024



## Canales de distribución

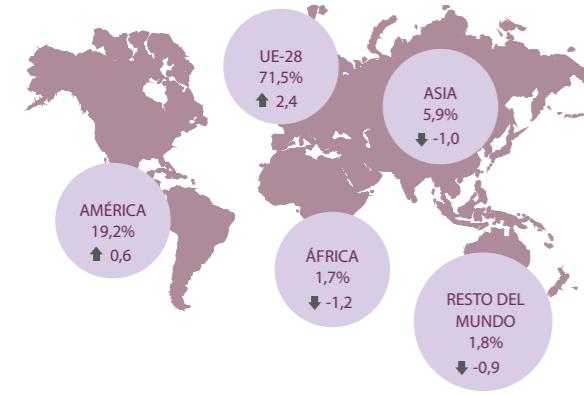
## Empleo



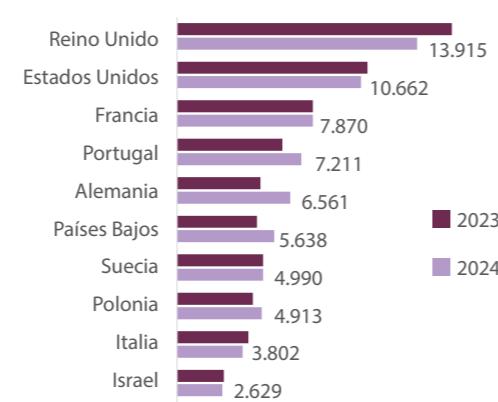
- AVANCE DEL EMPLEO Y LA ESTABILIDAD.** El empleo en la categoría de turrones y mazapanes vuelve a sumar un nuevo crecimiento, en este caso del 2%, hasta alcanzar las 2.646 personas empleadas de manera directa. También se producen avances en la estabilidad del empleo, que asciende al 63% (+ 3 p.p. respecto a 2023), destacando especialmente la del empleo femenino, que es prácticamente total (88%).
- LAS VENTAS VUELVEN A CONCENTRARSE EN EL CANAL ALIMENTACIÓN.** Despues de un 2023 en que las ventas de la categoría fuera de la distribución moderna ganaron 1,8 p.p. de cuota, en 2024 esta tendencia se revierte y es el canal alimentación el que le roba 1 p.p. de participación al canal impulso/ pequeño comercio hasta suponer casi el 95% de las ventas totales. En términos de ventas en el canal impulso, éstas caen un 12,9% respecto a 2023, mientras que el canal alimentación gana un 5,3% con respecto al año anterior.

## Detalle Internacional

### Mapa exportaciones (% sobre mundo)



### Principales destinos (exportaciones) miles de €



- LIGERO RETROCESO DE LA BALANZA COMERCIAL.** El carácter netamente exportador de la categoría condiciona el sentido de la balanza comercial, que al caer las exportaciones un 1%, disminuye en exactamente la misma cuantía. El retroceso se cifra en unos 700.000 € pero si miramos a la balanza desde 2022, el crecimiento es de un 2,2%. Este carácter netamente exportador sitúa a la categoría como tercera contribuyente del sector dulce a la balanza comercial positiva del conjunto.
- EUROPA COMPENSA LAS CAÍDAS EN REINO UNIDO Y EE.UU.** Despues de un 2023 con un gran diferencial valor- volumen, Reino Unido (13,9 millones de euros) reduce en 2024 sus compras de la categoría en un 12,7%, terminando el período 2022- 2024 con un crecimiento en valor del 2,3% y una caída de volúmenes del 16%.

EE.UU. (10,7 millones de euros) reduce las compras en 2024 un 3,4%, pero lo hace aumentando volúmenes en un 7,7%, lo que hace que el período 2022- 2024 sea radicalmente diferente al de Reino Unido, con un incremento del valor del 6,1% y de los volúmenes del 14,2%.

Francia (7,9 millones de euros) sigue una senda similar a la de Reino Unido (aunque en otras magnitudes), mientras Portugal (7,2 millones de euros) firma un 2024 mucho más equilibrado en valor- volumen, aunque con un diferencial a dos años de 24 p.p. entre ambos.

Alemania (6,6 millones de euros) y Países Bajos (5,7 millones de euros) firman un extraordinario período, especialmente en volúmenes, y Suecia (5 millones de euros) crece de manera destacada.

- LA DEBACLE DEL MERCADO POLACO.** Despues de un 2022 en que referenciamos la fuerte irrupción de Polonia (4,9 millones de euros en 2024) en el top 3 de mercados para nuestras exportaciones de la categoría, en 2023 asistimos al principio de un desplome que, a pesar del ligero crecimiento en 2024, deja a este país en octava posición del ranking. En tan solo dos años su participación en las ventas globales de la categoría ha caído del 11,9% al 7,2% en términos de valor y del 16,8% al 7,9% en volúmenes.

La evolución del €/Kg en estos dos años (+ 46,5%) se adivina como la causa principal de este desplome.

- EVOLUCIÓN COCIENTE €/KG, MENOS DETERMINANTE QUE LAS PARTICULARIDADES DE CADA MERCADO.** Las tensiones a que se ha visto sometida la categoría han hecho que el cociente €/Kg de las exportaciones haya aumentado casi un 14% desde 2022, pasando por dos fases diferenciadas: en 2023 este cociente aumentaba un 25,8%, mientras que en 2024 ha caído un 9,4%. Así, la evolución final 2022- 2024 es desde 8,43 €/Kg a 9,60 €/Kg.

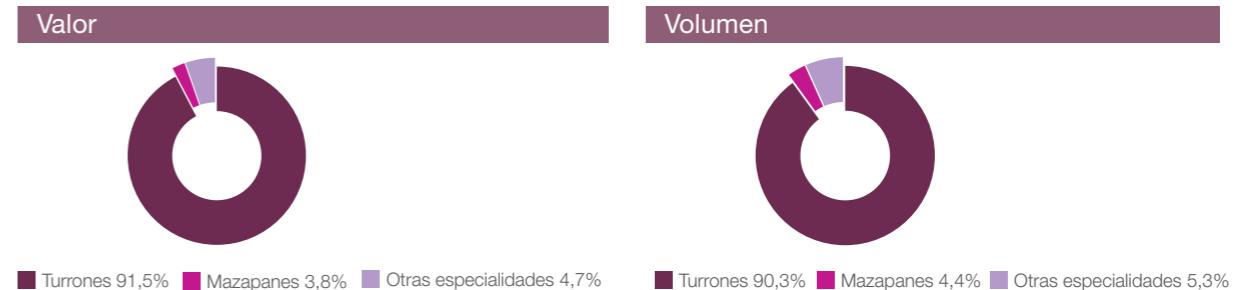
En todo este proceso se observan tendencias muy dispares y en muchos casos contradictorias. Más allá de las cifras absolutas, podemos observar cómo los procesos de evolución del cociente €/Kg muestran una senda muy similar en Reino Unido, Francia y Portugal, con comportamientos de la demanda muy diferentes en cada uno, mientras que en el caso de EE.UU. esa evolución es a la baja, aunque partiendo de cocientes muy superiores a los observados en general y como media.

También se observa esa tendencia a la baja, más acentuada incluso, en Alemania. Países Bajos y Suecia, a pesar de mostrar el mayor cociente en 2024, convergiendo en torno a los 19 €/Kg, ven crecer sus participaciones en términos de valor y volumen con firmeza.

Como ya adelantábamos, la caída en ranking y peso relativo de Polonia podría venir perfectamente explicada por el proceso de encarecimiento del €/Kg desde 2022, habiendo aumentado en un 46,5%. Por el contrario, en el caso de Italia la parálisis en la demanda no parecería venir dada por el cociente €/Kg, que apenas ha variado un 6% en dos años.

Todo ello pone de manifiesto la singularidad de cada mercado en relación con una categoría que es también muy singular y en la que las estrategias de penetración en cada mercado deben ser analizadas de manera muy individualizada.

## Mix Products 2024



## Empresas miembro del Comité Sectorial de Turrones y Mazapanes

- ACRIMONT FOODS, S.L.U. – VIRGINIAS
- CHOCOLATES LACASA (Comercial Chocolates Lacasa, S.A.)
- DELAVIUDA ALIMENTACIÓN, S.A.U.
- DULCES EL AVIÓN, S.A.
- TORRONS VICENS, S.L.