

VICKY FOODS ADQUIERE PANRICO Y REFUERZA SU LIDERAZGO EN EL MERCADO DEL PAN EN IBERIA

- **La incorporación de la emblemática marca impulsa la estrategia de internacionalización del grupo en Iberia, con un refuerzo industrial clave en Portugal, y fortalece su apuesta por el desarrollo de marcas de valor.**
- **Con esta operación, el pan consolida su posición como principal línea de negocio del grupo y como motor de crecimiento, afianzando el liderazgo de Vicky Foods en su categoría de origen.**

Madrid, 17 de marzo de 2026. Vicky Foods, empresa líder en el sector de la alimentación, ha alcanzado un acuerdo con Adam Foods para **la adquisición de la emblemática marca de panadería, Panrico**. La operación, con alcance en los **mercados español y portugués**, comprende tanto la enseña como **su activo industrial clave: su centro de producción en Gulpilhares, Portugal**. Esta instalación, de **más de 50.000 m²**, cuenta con **tres líneas de producción especializadas en pan de molde** y una capacidad anual de **21.000 toneladas**.

El pan, eje central del negocio

La categoría de pan se ha consolidado en los últimos años como **la primera línea de negocio de Vicky Foods en volumen de ventas**, situándose por delante de la bollería desde 2022. La integración de Panrico, **cuya facturación superó los 23,8 millones de euros en ambos mercados el pasado ejercicio**, refuerza esta evolución y aporta mayor capacidad productiva en una categoría clave, especialmente en el segmento de pan de molde, donde la marca cuenta con un fuerte reconocimiento entre los consumidores.

De este modo, la compra consolida el liderazgo de la empresa en la categoría que dio origen a su actividad y que hoy sigue siendo el núcleo de su crecimiento.

La internacionalización, principal palanca de crecimiento

Esta operación se enmarca en la estrategia de expansión internacional de Vicky Foods y supone un avance relevante en el **fortalecimiento de su estructura industrial en la península ibérica**. Así, la incorporación de la planta de Gulpilhares consolida su presencia en el mercado portugués, refuerza su capacidad operativa en la región y amplía su potencial de desarrollo en mercados europeos estratégicos.

Con presencia en **más de 50 países y centros productivos en España, Francia y Argelia**, la compañía continúa construyendo una red industrial y comercial sólida y diversificada, orientada a garantizar un crecimiento sostenible, competitivo y a largo plazo.

La marca, construcción de valor a largo plazo

La integración de Panrico en el grupo refuerza el compromiso de Vicky Foods con el desarrollo **de enseñas con valor, notoriedad y vínculo emocional con el consumidor**. De esta manera, se suma a un portfolio consolidado que incluye marcas como Dulcesol[®], líder en el mercado en España en el ámbito de pan, pastelería, bollería y helados; Be Plus[®], focalizada en la alimentación saludable y de conveniencia; Hermanos Juan[®], que ofrece bollería y pan congelados para hostelería y el canal alimentación; Il Forno di Giovanni Ricci[®], con recetas italianas; y FIT'z[®], la marca de alimentos preparados congelados.

Rafael Juan, CEO de Vicky Foods, ha señalado: “La incorporación de Panrico supone reforzar nuestra identidad como compañía de origen panadero. Apostamos por hacer crecer la categoría de pan, por fortalecer nuestras marcas y por seguir avanzando en nuestra expansión internacional con una visión industrial sólida y a largo plazo”.

Por su parte, **José Manuel Faria, director general de la división de galletas de Adam Foods**, ha señalado que: “esta operación responde a la voluntad de encontrar un socio que garantice la continuidad de la actividad industrial y del empleo a largo plazo de Panrico, y se enmarca en la estrategia de expansión internacional del grupo enfocada en la categoría de galletas, iniciada con la adquisición de Dr. Gerard en Polonia y reforzada con otras operaciones, como la reciente incorporación de la planta de Biscoland de Casablanca”.

Vicky Foods, empresa de alimentación familiar con **más de 70 años de historia**, comenzó su andadura en la década de los 50, como una **panificadora que abastecía a la comunidad local**. Hoy, se ha consolidado como un grupo internacional de referencia en la industria alimentaria, alcanzando en 2024 una facturación récord de **707 millones de euros**. Actualmente, Vicky Foods opera en más de **50 países** y cuenta con **cuatro centros de producción**: en Villalonga y Gandía (España), Argelia y Francia, donde inauguró su primera planta de producción en Fragnes-La Loyère el pasado mes de noviembre. Con una infraestructura de vanguardia y más de 23.500 m² de superficie, esta nueva planta refuerza su expansión internacional. La compañía continúa apostando por la innovación, la sostenibilidad y la expansión como sus pilares estratégicos, consolidando su posición de liderazgo en el sector.

Acerca de Vicky Foods

Vicky Foods es una empresa líder en el sector de la alimentación, 100% familiar y con más de 70 años de trayectoria. Actualmente cuenta con más 4.000 trabajadores. Entre sus marcas propias se incluyen Dulcesol®, Hermanos Juan®, Be Plus®, Il Forno di Giovanni Ricci® y FIT´z®.

La evolución del grupo en los últimos años ha estado marcada por la consolidación y el fuerte crecimiento de sus resultados económicos. De esta manera, es la primera empresa en volumen del sector de pastelería y bollería en España, habiendo cerrado el año 2024 con una facturación global de 707 millones de euros. Esta cifra representa un aumento importante respecto al año anterior y una producción de 237.472 toneladas. Con presencia en más de 50 países, Vicky Foods cuenta con cuatro centros de producción dedicados a la elaboración de cerca de 2.500 referencias en Gandía, Villalonga, Argelia y Francia además de 24 delegaciones comerciales repartidas entre España, Portugal, Argelia, Reino Unido y Francia. Por último, la compañía también posee una granja productora de huevos, que abastece el 90% de su producción, una planta de fabricación de envases que se ocupa de cubrir la práctica totalidad (98%) de las necesidades de packaging del grupo, un Centro de Innovación para coordinar todo el potencial innovador de la compañía y poder así cumplir con sus compromisos en el ámbito de la salud y la innovación tecnológica, y la Fundación Vicky Foods con la que vertebra la gestión de su acción social, centrándose en la innovación, la cultura y la educación.