

Alimentaria 2014 se focaliza en el exterior

Alimentaria 2014, que se celebra del 31 de marzo al 3 de abril en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, ha doblado esfuerzos y recursos para atraer compradores de todo el mundo con el fin de que las más de 3.800 empresas participantes vean incrementadas sus oportunidades exportadoras.

Alimentaria 2014 ocupa 85.000 metros cuadrados netos y se estructura en 12 salones monográficos: Intervin, Salón de los vinos y espirituosos; Intercarn, Salón de los productos cárnicos y derivados; Interlact, Salón de los productos lácteos y sus derivados; Multiproducto, Salón de los productos alimentarios en general; Olivaria, Salón del aceite de oliva y aceites vegetales; Mundidulce, Salón de la dulcería, galletas y confitería; Expobebidas, Salón de las aguas, bebidas refrescantes y cervezas; Expoconser, Salón de las conservas y semiconservas; Interpesca, Salón de los productos del mar, acuicultura y piscifactoría; Congelexpo, Salón de los productos congelados; Alimentación Ecológica, Salón de la alimentación ecológica; y Restaurama, Salón Internacional de la alimentación fuera del hogar. También tienen entidad propia el Pabellón de las Autonomías, que reúne las participaciones de las diferentes Comunidades Autónomas españolas, y el Pabellón Internacional en el que se concentran parte de las empresas de origen foráneo y las representaciones institucionales de más de 50 países. La gran novedad de esta edición es el espacio "The Alimentaria Experience", vinculado al salón Restaurama, que aglutinará todas las actividades relacionadas con el mundo de la restauración y la gastronomía. Alimentaria 2014 prevé superar nuevamente los 140.000 visitantes, el 35% procedente de fuera de España.



Alimentaria 2014

Acuerdo para la modernización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna

El Ayuntamiento de Barcelona, Mercabarna, el gremio de mayoristas de frutas y hortalizas y los representantes de las cooperativas agrícolas del Mercado Central de Frutas y Hortalizas han firmado un convenio en el que se establecen las bases del acuerdo que permitirá abordar la modernización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna. El convenio establece que los empresarios mayoristas pagarán el coste total de las obras de modernización, que será de 20 millones de euros. A cambio, como compensación, el Ayuntamiento de Barcelona se ha comprometido a adoptar las medidas necesarias para que las concesiones administrativas que tienen las empresas del Mercado, que finalizan en el 2020, se amplíen 17 años más a partir de esa fecha. Las primeras actuaciones comenzarán a finales de 2014 y estarán listas en 2020, para poder compaginarlas con el funcionamiento diario del mercado y evitar, así, que se interrumpa la actividad de compra venta.



La Cooperativa Centro Sur, presente en Fruitlogística 2014

Centro Sur, la cooperativa granadina de Huétor Tájar especialista en el sector del espárrago, estuvo presente en Fruitlogística 2014, que se celebró del 5 al 7 de febrero en Berlín. En el certamen, la cooperativa presentó una nueva referencia, un espárrago ecológico, con la finalidad de ampliar y diversificar su oferta. Asimismo, Centro Sur dio a conocer una nueva variedad de espárrago de origen silvestre (*Asparagus Maritimus L. Mill*), más resistente y con capacidad para producir más meses al año, y que posee un mayor contenido en flavonoides y saponinas respecto a otras variedades, compuestos conocidos por su poder antitumoral y reductores del colesterol.

Koama presenta su amplia gama de aperitivos

La firma gallega Koama, perteneciente al Grupo Ingapan, ha presentado su amplio catálogo de aperitivos, ideado para resolver y economizar todo tipo de cocinas, sin que las mismas pierdan sus señas de identidad. Entre sus sugerencias, caracterizadas por su carácter saludable y su elaboración artesanal, destacan los Saquitos de Queso y los Langostinos con Pan Japonés, así como las Piruletas de Cordero o de Queso de Cabra con Confitura de Tomate, todas ellas elaboradas a mano bajo la supervisión del chef Héctor Lopez, perteneciente al Grupo Nove.



Concedidos los Premios Alimentos de España 2013

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha concedido los Premios Alimentos de España 2013, con los que se reconoce la labor de las empresas y profesionales que se han distinguido por producir, ofrecer y divulgar entre los consumidores alimentos de calidad. Protos Bodega Ribera Duero, de Peñafiel, ha sido galardonada con el "Premio Alimentos de España a la Industria Alimentaria". El "Premio Alimentos de España a la Restauración" ha recaído en la firma lucense A Parada Das Bestas, situada en Palas de Rei, mientras que la sociedad agraria de transformación coruñesa Casa Grande de Xanceda ha sido reconocida con el "Premio Alimentos de España a la Producción Ecológica".

El "Premio Alimentos de España de Comunicación" ha sido para el programa de Antena 3 Noticias "Tu Tiempo", presentado y dirigido por Roberto Braser, por el enfoque original que tienen los reportajes emitidos dentro del bloque de información sobre el tiempo, en los que se vinculan el territorio, la actividad agrícola y ganadera, los alimentos y bebidas, y su transformación y preparación gastronómica.

La empresa productora de aceite y aceitunas Borges Mediterranean Group, de Reus (Tarragona), ha conseguido el "Premio Alimentos de España a la Internacionalización Alimentaria" y Bodegas Vega Sicilia, con sede en Valbuena de Duero y fundada en 1864, ha recibido el "Premio Extraordinario Alimentos de España" por mantener su personalidad indiscutible con los sucesivos propietarios gracias a sus vinos concentrados, maduros, generosos y elegantes.

Por último, Finca La Reja, de Bobadilla-Antequera (Málaga), ha alcanzado el "Premio Alimentos de España Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra: Campaña 2012-13, mientras que la sociedad cooperativa Ganadería Arangas de Cabrales (Asturias) ha obtenido el "Premio Alimentos de España al Mejor Queso: Año 2013.

La carne de conejo se promociona en el comercio especializado

Con el objetivo de poner en valor la carne de conejo y conseguir que su consumo se establezca, la Organización Interprofesional Cunicola (INTERCUN) ha realizado una campaña de promoción en tiendas y mercados, bajo el lema "Carne de conejo, dos veces por semana, una buena costumbre", dirigida principalmente a los consumidores tradicionales, con el fin de lograr fidelizarlos, aumentar su frecuencia de consumo y conseguir nuevos consumidores a través de este canal.



Las exportaciones del sector agroalimentario y pesquero alcanzan 38.000 millones de euros en 2013

Las exportaciones del sector agroalimentario y pesquero alcanzaron 38.000 millones de euros en 2013, un 3,9% más respecto al año anterior, mientras que las importaciones supusieron 30.159 millones de euros, con lo que se generó un superávit de 7.841 millones, un 36,3% superior al saldo de 2012. En este contexto, la participación del sector agroalimentario en el conjunto del comercio exterior español es del 16,3% en exportaciones y del 12,1% en importaciones, ambas cifras superiores al porcentaje que representa este sector en el PIB, lo que indica su alto grado de internacionalización.

En un análisis por sectores, en el año 2013, el sector agroalimentario fresco mejoró sus exportaciones en un valor absoluto de 1.000 millones de euros, un 8,5% más que en 2012, debido principalmente a la exportación de frutas y hortalizas. Por su parte, las importaciones en este sector disminuyeron en unos 500 millones de euros, siendo el descenso más significativo en cereales y oleaginosas. En cuanto al sector agroalimentario y pesquero transformado, la industria de alimentación y bebidas también mejoró sus exportaciones en unos 450 millones de euros, con un incremento del 1,5% respecto a 2012.

La IGP Ternera Gallega organiza encuentros comerciales con profesionales carniceros de Madrid

Con el objetivo de dar a conocer en detalle aspectos técnico-productivos y comerciales de su carne de calidad, la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Ternera Gallega organizó diferentes reuniones con los profesionales carniceros de Madrid que así lo solicitaron. Los encuentros comerciales se complementaron con una sesión técnica en la que se profundizó en aspectos relacionados con las cualidades, el control de calidad y la trazabilidad de la carne amparada por la IGP.



Abierto el plazo de inscripción para participar en Fruit Attraction

Los organizadores de Fruit Attraction 2014, que tendrá lugar del 15 al 17 de octubre, ya han abierto el plazo de inscripción para participar en esta feria,



destinada al sector hortofrutícola. La organización del certamen prevé incrementar los resultados de la pasada edición, en la que 674 empresas expositoras participantes (un 13% más que en 2012) mostraron sus productos en los más de 21.000 metros cuadrados de superficie neta de exposición, un 25% superior con respecto a la edición precedente. Asimismo, Fruit Attraction 2013 contó con la participación de 24.829 profesionales procedentes de 83 países de todo el mundo, lo que supuso un incremento del 27% en relación con la edición de 2012. Estas cifras ponen de manifiesto el interés y respaldo del sector de frutas y hortalizas por impulsar Fruit Attraction como instrumento fundamental de internacionalización del sector, y punto de encuentro del conjunto de los profesionales que integran toda la cadena de suministro.

El canal Horeca absorbe hasta el 30% de la producción de panadería, bollería y pastelería

El canal Horeca absorbe entre un 20 y un 30% de la producción anual de los asociados a ASEMAC (Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería). Estos datos representan un total aproximado de 115 millones de euros y unas ventas que superan los 180 millones de euros al año. Según ASEMAC, el sector hostelero demanda productos con formatos distinguidos y sabores peculiares, productos que enriquezcan su oferta. Las empresas de la industria panadera han creado diferentes cartas de panes, marketing relacionado con las variedades y su composición, presentaciones y degustaciones, cestas con selección para diferentes menús, maridaje con distintos platos con la intención de ofrecer a restaurantes y hoteles una amplia gama de productos de calidad que ofrecer a sus clientes. Estas múltiples opciones permiten al restaurador la posibilidad de hacer una rotación de panes para diferentes momentos del día o proporcionar otros distintos dependiendo del tipo de cliente que tenga durante los diversos días de la semana.

Europastry presenta The Real Cronut

Europastry acaba de lanzar al mercado The Real Cronut, la fusión del famoso Dots y del croissant francés, que se distribuye congelado, conservando intactas todas sus propiedades. Es un producto sin grasas parcialmente hidrogenadas, sin conservantes ni colorantes artificiales que tan solo se debe descongelar para su consumo. Además, ofrece múltiples posibilidades, puesto que se puede decorar con diferentes toppings. Con este lanzamiento, Europastry vuelve a innovar, superando las expectativas y necesidades de sus clientes, que se reparten entre el canal horeca (hostelería, restaurantes y cafés), la gran distribución y el canal tradicional (panaderías y pastelerías).



La producción de manzanas del consorcio de cooperativas VOG alcanza 930.000 toneladas en 2013

La producción de manzanas de mesa del Consorcio de Cooperativas hortofrutícolas del Tiro del Sur (VOG) alcanzó 930.000 toneladas en 2013, lo que la confirma como una campaña media, tras un 2012 muy flojo y un buen 2011. Así lo explicó el director de VOG, Gerhard Dichgans, en la feria Fruit-logística, que tuvo lugar en Berlín del 5 al 7 de febrero. Dichgans destacó que "con la mercancía disponible se puede garantizar un suministro completo hasta el verano, lo cual no fue posible en la temporada pasada" y se mostró convencido de "la buena calidad y durabilidad de las manzanas que ahora tenemos en almacén y que comercializaremos en los próximos meses". Por otra parte, el consorcio sudtiroles está llevando a cabo acciones en distintos países de Europa para promocionar dos de sus variedades de manzanas: Marlene y Kanzi.



Acuerdo de colaboración de Benediktiner Weissbräu GmbH y Frutapac

Benediktiner Weissbräu GmbH y Frutapac han firmado un acuerdo de colaboración por el que Frutapac pasa a ser el importador exclusivo para el mercado español de la cerveza de trigo Benediktiner Weissbräu. Esta cerveza se elabora desde hace más de 400 años bajo control y supervisión de los monjes Benedictinos del Monasterio de Ettal, corazón de Baviera. De esta manera, tradición histórica y respeto a los valores esenciales de una auténtica cerveza de trigo se fusionan en Benediktiner Weissbräu.



El SIL acogerá el Forum Mediterráneo de Logística y Transporte

El XVI Salón Internacional de la Logística y de la Mantenimiento (SIL), que tendrá lugar del 3 al 5 de junio de 2014 en el recinto de Montjuic-Plaza España de Fira de Barcelona, acogerá el XII Forum Mediterráneo de Logística y Transporte, la III Cumbre Latinoamericana de Logística y Transporte, una conferencia de referencia mundial que tiene como objetivo reforzar los lazos de negocio existentes entre Latinoamérica y Europa.

Makro basa su estrategia de negocio en la búsqueda de soluciones para el sector Horeca

La cadena de distribución mayorista Makro ha puesto en marcha en 2014 una estrategia de negocio centrada en encontrar las mejores soluciones para el sector Horeca, tanto en España como en Portugal. Así lo indicó el pasado 6 de febrero en Madrid su director general, José María Cervera, quien explicó que “nos queremos acercar aún más a nuestros clientes, los hosteleros, y a todos los protagonistas de la cadena alimenticia, incluido el sector primario”. En este sentido, Cervera destacó que Makro va a firmar acuerdos de colaboración con productores locales del sector agrícola y lo hará también con ganaderos y pescadores, en una apuesta por el producto tradicional y local. Asimismo, el director general de Makro explicó que la compañía cerró los nueve primeros meses de 2013 con una caída de ventas del 2,6% en tiendas comparables respecto al ejercicio anterior, hasta los 854 millones, aunque desde septiembre las ventas han crecido cada mes, y subrayó que el cambio en el cierre del ejercicio fiscal de diciembre a septiembre se ha hecho para ajustarlo mejor a su actividad.

Uvasdoce presenta su línea Premium en Fruitlogística

La empresa productora de uva de mesa Uvasdoce, situada en el Valle del Vinalopó, presentó su nueva línea de uva de alta calidad Uvasdoce Premium en la pasada edición de Fruitlogística, celebrada en Berlín. La línea Premium, que se inauguró con la uva Aledo, se amplió en la última campaña con otras variedades y formatos. Además de la caja de 5 kilos con esponja o bolsa de papel, ya se puede encontrar en envases individuales, como la bolsa de cierre zip de 750 gramos o las bandejas termoselladas de 500 gramos. Asimismo, los visitantes del stand de Uvasdoce en Fruitlogística también pudieron conocer los nuevos snack de la línea Uvasdoce Freshmoving, un tarro de 200 gramos, muy fácil de transportar y de lavar, para consumir al momento.



La cosecha de manzana de Francia-Le Crunch creció un 30% en 2013

La cosecha de manzana de Francia-Le Crunch aumentó un 30% en 2013, hasta alcanzar 1.528 millones de toneladas, según datos proporcionados por la Asociación Nacional Francesa de Manzanas y Peras (ANPP). Dentro del mercado español, las Manzanas de Francia-Le Crunch tienen previsto poner en marcha una campaña de promoción a través de animaciones en los puntos de venta para profesionales y consumidores. En este sentido, los puntos de venta de Mercamadrid y Mercabarna se decorarán con vistosos elementos que recuerdan el compromiso de los productores de estas manzanas con el respeto a la naturaleza.



La producción de Manzanas Val Venosta alcanza las 350.000 toneladas, un 20% más que en el ejercicio anterior

La cosecha de manzanas de la Asociación de Productores Hortofrutícolas de Val Venosta (VI.P) ha alcanzado las 350.000 toneladas, lo que supone un incremento del 20% en relación con la temporada precedente, gracias a las excelentes condiciones meteorológicas. Manzanas Val Venosta, formada por siete cooperativas ubicadas en los Alpes italianos, comercializa en 48 mercados internacionales diferentes, de los que el italiano representa el 50% de las ventas, mientras que España supone entre el 8%. Precisamente, España se ha convertido, junto a Italia, en el principal mercado para la variedad Golden, mayoritaria dentro de la producción de VI.P.



LIBROS

Lo que nos enseñan los sabios gastronómicos y debe aprender quien aspira a serlo

Ismael Díaz Yúbero, veterinario, bromatólogo y académico de número de la Real Academia de Gastronomía, acaba de publicar el libro "Lo que nos enseñan los sabios gastronómicos y debe aprender quien aspira a serlo". La obra analiza los alimentos estrechamente ligados a la historia del hombre y describe el proceso de adaptación y cambios que han afectado a su composición desde que fueron ingeridos por vez primera, para, tras estudiar su expansión territorial, llegar a su utilización y consumo actual.



Distribución comercial

Javier Casares Ripol, Evangelina Aranda García, Víctor Martín Cerdeño y Javier Casares Araúz de Robles acaban de publicar el libro "Distribución comercial", que pretende condensar los principales conocimientos sobre el sector ofreciendo una herramienta rigurosa y didáctica que ayude a su estudio y comprensión. La obra se estructura en tres partes. En la parte primera se estudian los aspectos básicos del sistema distributivo en torno a cinco temas en los que se desarrollan las funciones y servicios del comercio, los canales comerciales, la demanda de los consumidores y el comercio mayorista y minorista. La parte segunda analiza la vertiente de gestión empresarial de la actividad comercial. Y la tercera parte se dedica al estudio de la política de comercio interior con especial consideración del caso español, en el que sobrevuela un mosaico normativo complejo y variado vinculado con las disposiciones europeas, estatales y autonómicas.



Hábitos alimentarios de los españoles

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha publicado el libro "Hábitos alimentarios de los españoles", en el que se analizan los cambios en el sistema agroalimentario con la incorporación de los alimentos en los mercados globales, "la globalización alimentaria", y que afecta a todos los agentes implicados, desde los productores a las industrias y los consumidores. La publicación plantea el análisis de los hábitos alimentarios en cuatro áreas que se corresponden con cuatro capítulos dedicados a los horarios y sociabilidad ligados a las comidas, la alimentación fuera del hogar, la confianza en el sistema agroalimentario y las transformaciones hacia nuevos modelos alimentarios. Bajo la coordinación de Cecilia Díaz Méndez, el libro desarrolla las encuestas y el trabajo de campo realizado por varios departamentos de la Universidad de Oviedo.

