

Información y promoción en la cadena alimentaria

A lo largo de 2016, Mercasa continuó desarrollando las actividades de servicio público que presta la empresa orientadas a mejorar el conocimiento del sistema agroalimentario en su conjunto y, de manera especial, de la cadena comercial de alimentos frescos.

Mercasa continúa desarrollando la edición de publicaciones y webs de la compañía, además de gestionar la explotación conjunta de los recursos publicitarios de la red de Mercas, coordinar las actividades de servicio público que presta la empresa orientadas a mejorar el conocimiento del sistema agroalimentario en su conjunto y, de manera especial, de la cadena comercial de ali-

mentos frescos; y realizar las actividades de promoción alimentaria incluidas en las Encomiendas a Mercasa del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

Entre las actividades desarrolladas en 2016, cabe destacar la conmemoración del 50 aniversario de Mercasa, con un acto central organizado el 7 de abril, que es la misma fecha en que se aprobó el decreto de creación de la empresa, el 7 de abril de 1966.

En el acto, que se celebró en Mercamadrid, se presentó un libro conmemorativo que recoge la evolución de Mercasa en sus 50 años de historia,



así como su contribución a la modernización y el funcionamiento de la cadena alimentaria en España; además de un vídeo que refleja en imágenes esta misma evolución y una página web específica sobre el 50 aniversario de Mercasa.

En la sede de Mercamadrid se inauguró también el 7 de abril una exposición fotográfica que recogía en más de 150 imágenes la historia de Mercasa, las Mercas y la actividad comercial en España en los últimos 50 años.

Por lo que respecta a las publicaciones de Mercasa, en 2016 se editaron cinco números de la revista Distribución y Consumo, correspondientes a enero-febrero, marzo-abril, mayo-junio, septiembre-octubre y noviembre-diciembre. El número correspondiente a mayo-junio fue un número especial dedicado al 50 aniversario de Mercasa.

El impacto y la difusión de Distribución y Consumo, que Mercasa viene editando desde 1991, se reflejan tanto en la edición impresa como, cada vez más, a través de las consultas y des-

El impacto y la difusión de Distribución y Consumo, que Mercasa viene editando desde 1991, se reflejan tanto en la edición impresa como, cada vez más, a través de las consultas y descargas de artículos desde la web de Mercasa. En tal sentido, durante 2016 se realizaron más de 30.000 descargas de artículos de la revista

cargas de artículos desde la web de Mercasa. En tal sentido, durante 2016 se realizaron más de 30.000 descargas de artículos de la revista.





Igualmente, se editó el anuario Alimentación en España 2016, que ha llegado a su edición número 19. Además de la edición en papel, el Informe 2016 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España cuenta con una edición digital, que puede consultarse de forma íntegra y permanente en la página web de Mercasa. A este respecto, las estadísticas de accesos a los contenidos de Alimentación en España en la web de Mercasa reflejan que durante 2016 se realizaron más de 45.000 visitas y cerca de 400.000 páginas vistas.

En 2016 se reforzaron las nuevas herramientas de divulgación de las publicaciones -revista y anuario- para alcanzar una mayor difusión, mediante una newsletter que se envía con cada nueva edición, a más de 4.000 destinatarios, representativos de ámbitos académicos, educativos, empresariales, institucionales y periodísticos. Un esfuerzo de divulgación que se añade

a la distribución de las publicaciones en papel y las consultas a demanda en la web de Mercasa. Todo ello, reforzado por la difusión que se realiza también a través de las redes sociales.

En cuanto al ámbito de colaboración institucional, Mercasa realizó durante 2016 las actuaciones contempladas en una Encomienda de Gestión del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, con un amplio conjunto de actividades sobre dieta mediterránea y alimentación saludable con escolares de educación primaria y secundaria.

El objetivo de estas actividades siempre es promover hábitos de alimentación saludables y equilibrados, con ventajas objetivas para todos los actores de la cadena alimentaria y, sobre todo, para el conjunto de la población porque se transmiten criterios de cultura alimentaria asociados a la dieta mediterránea.

Las acciones promocionales tienen también como objetivo estimular entre la población infantil y juvenil el consumo de los productos alimentarios, que forman parte de la Dieta Mediterránea, así como estimular la práctica de ejercicio físico.

Para ello se utilizan en las campañas diversos canales para llegar al público infantil: colegios (profesores, monitores, responsables de la restauración escolar), asociaciones de profesionales de la salud, asociaciones de diverso tipo (AMPAS, periodistas de la salud, de nutricionistas), a través de distintas herramientas de comunicación, Internet y medios convencionales.

Las características y descripción de las acciones realizadas en 2016 se resumen en los siguientes puntos:

- Talleres escolares de la dieta mediterránea y alimentación saludable
En estos talleres participaron más de 40.000 alumnos de Educación Primaria y Secundaria, en 300 colegios de 10 provincias diferentes.
- Jornadas sobre alimentación mediterránea en campamentos de verano
Se impartieron entre junio y septiembre diversos talleres teórico-prácticos para 3 grupos de edad con la participación de 400 alumnos.
- Campeonatos de España en edad escolar
Se realizó promoción de la dieta mediterránea en las finales de campeonatos de España de diferentes deportes en edad escolar, en los que participaron cerca de 5.000 atletas en siete ciudades.
- Jornadas de alimentación y deporte
Se realizaron el primer fin de semana de octubre en el espacio abierto de Madrid Río,

con exhibiciones y prácticas deportivas para niños y adolescentes, de fútbol, voleibol, badminton, baloncesto, patinaje en línea freestyle, gimnasia rítmica y tenis de mesa. En estas jornadas, en las que participaron más de 10.000 escolares, se divulga también información sobre dieta mediterránea y hábitos de alimentación y vida saludables.

- Vuelta Ciclista a España Junior
En colaboración con la Vuelta Ciclista a España se realizó la denominada Vuelta Ciclista Junior, con actividades en centros escolares, mediante las denominadas “Aulas ciclistas” y, por otro lado, durante 11 etapas de la Vuelta Ciclista a España, carreras de ciclistas escolares en la Vuelta Ciclista Junior, que se disputan en los últimos kilómetros, del mismo escenario donde a continuación se celebró la llegada de la Vuelta Ciclista a España. En estas actividades participan cerca de 4.000 escolares de entre 3º y 6º de primaria, a los que se informa también sobre las virtudes de la dieta mediterránea.
- Plan de comunicación en redes sociales
Todas las actividades de promoción se reforzaron con un plan de comunicación integral en redes sociales, con un impacto relevante en Twitter y Facebook, además de organizar concursos entre la población escolar.

Otra Encomienda del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente a Mercasa durante 2016 se centró en el procedimiento de determinación de precios de frutas y hortalizas procedentes de Terceros Países.

Mercasa volvió a coordinar en 2016, por quinto año consecutivo, la organización de la campaña

Las acciones promocionales tienen también como objetivo estimular entre la población infantil y juvenil el consumo de los productos alimentarios, que forman parte de la Dieta Mediterránea, así como estimular la práctica de ejercicio físico

de promoción de la actividad comercial en los Mercados Municipales durante Navidad, impulsada por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

La campaña forma parte de las actuaciones del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, y ha incluido una serie de actuaciones para animar la actividad comercial en los Mercados Municipales durante Navidad, contando para ello con el apoyo de Mercasa, la Confederación Española de Comercio, las Cámaras de Comercio, los responsables municipales y autonómicos en materia de comercio.

Bajo el lema “Ven a tu Mercado también en Navidad”, la campaña tuvo un acto de presentación nacional que se celebró en el Mercado de Logroño, incluyendo actuaciones de promoción y comunicación durante todo el mes de diciembre de 2016 y la primera semana de enero de 2017, y se cerró con más participación y mejores resultados que en ediciones anteriores, hasta llegar a unos 350 mercados en toda España.

Por último, hay que destacar la coordinación y gestión de la presencia de Mercasa en la feria Fruit Attraction 2016, que se celebró en octubre, coincidiendo en esta ocasión con el 50 aniversario de Mercasa y con el objetivo de poner en valor la proyección hacia el futuro del nuevo diseño de Merca.

El stand de Mercasa, que en la práctica fue el stand de todas las Mercas, recogió los elementos gráficos que reflejan la historia de Mercasa y los aspectos clave de la Merca del futuro, en un espacio abierto donde también se celebraron degustaciones de frutas y verduras, y se ofreció



información y consejos sobre manejo y consumo de los distintos productos.

Además, en el marco de los jornadas técnicas que organiza la feria dentro del Foro Innova, Mercasa incluyó una jornada específica sobre la Merca del futuro, a partir de una mesa redonda y un debate abierto, con la asistencia de unas 100 personas, representantes del colectivo empresarial, de gestión y de usuarios y clientes que opera en torno a las Mercas.