

INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN



Información y promoción en la **cadena alimentaria**

A lo largo de 2017, **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 alimentos frescos.

Por lo que respecta a las publicaciones de Mercasa, en 2017 se editaron cinco números de la revista *Distribución y Consumo*, correspondientes a enero-febrero, marzo-abril, mayo-junio, septiembre-octubre y noviembre-diciembre.

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 2017 se realizaron más de 35.000 descargas de artículos de la revista.



Igualmente, se ha editado el anuario *Alimentación en España 2017*, que ha llegado a su edición número 20 y se concluyó en el último trimestre del año. Además de la edición en papel, el Informe 2017 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España cuenta con una edición digital, que puede consultarse de forma íntegra y permanente que desde este año cuanta con una nueva página web propia bajo el dominio www.alimentacionenespana.es. A este respecto,

las estadísticas de accesos a los contenidos de Alimentación en España en la web reflejan que durante 2017 se realizaron más de 50.000 visitas y cerca de 500.000 páginas vistas.

En 2017, 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 4.500 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.

Otro tema relevante en 2017 es el esfuerzo realizado para mejorar la imagen corporativa online de Mercasa, a través de la gestión y el análisis del posicionamiento y la conversación online en redes sociales y webs.

Mercasa volvió a coordinar en 2017, como viene haciendo desde 2012, la campaña de Navidad para la promoción y dinamización de la actividad comercial en los Mercados Municipales, impulsada por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, bajo el lema general Ven a tu Mercado.

Esta campaña se enmarca en las actuaciones del Plan Integral de apoyo a la competitividad del comercio minorista de España, orientadas a favorecer la actividad comercial; y su objetivo es llamar la atención de la sociedad hacia los servicios y la oferta que concentran los Mercados Municipales, especialmente de alimentos frescos.

En 2017, la campaña ha incorporado nuevos retos, porque al mensaje genérico dirigido a todos los consumidores, animándoles a acudir a los Mercados Municipales, se ha unido otro específico para los gestores y los comerciantes, bajo el concepto Mercados en red, para incentivar el uso de las soluciones digitales de marketing en la gestión permanente de su actividad comercial.

Por último, hay que resaltar también la coordinación y gestión de la presencia de Mercasa en



la feria Fruit Attraction 2017, que se celebró en octubre, y en una nueva feria, Meat Attraction, especializada en el sector cárnico, que se celebró en el mismo recinto de IFEMA y las mismas fechas que Fruit Attraction.

En ambos casos, Mercasa orientó su presencia en las ferias para destacar el protagonismo que mantiene la Red de Mercas en la cadena comercial en España, además de promocionar los servicios que se ofrecen en las Mercas para la actividad comercial mayorista y los servicios logísticos de todo tipo a la distribución detallista y la restauración.