

## Mercasa vuelve a coordinar en España la campaña internacional Me gusta mi Mercado 2019



**M**ercasa coordina en España, un año más, la campaña internacional de apoyo a los Mercados, desarrollada durante el mes de mayo en más de 30 países de Europa, Asia y América, con la participación de más de 3.000 mercados y el objetivo de poner en valor su función vertebradora y cercana del comercio de alimentación en las ciudades. Estas campañas se celebran desde 2012, impulsadas por la Unión Mundial de Mercados Mayoristas y Minoristas, a la que pertenecen Mercasa y la Red de 23 Mercas, bajo el eslogan “Love your local Markets”, que en España hemos traducido como “Me gusta mi Mercado”. Bajo la idea de que los mercados hacen latir el corazón de las personas, el eslogan escogido este año a nivel internacional es Markets: Close To Your Heart, una frase que también hace referencia a la proximidad de los mercados con la sociedad: en tu barrio, cerca de tu calle, junto a tu casa o tu trabajo... ¡Los mercados están cerca de ti! De esta forma, se enfatizan también las relaciones entre los comerciantes y los clientes, así como el conocimiento más profundo de los productos a la venta, fundamentalmente frescos. En este año la celebración de los actos centrales a nivel internacional se organizaron el 16 de mayo en Belgrado (Serbia).

## AECOC organiza el primer taller para ayudar a las empresas a activar planes contra el desperdicio de alimentos

**A**ECOC organizó el pasado mes de abril el primer taller para ayudar a las empresas a activar planes contra el desperdicio de alimentos, contando con la experiencia directa de Mercadona, Caprabo o Tuero (Cerealto Siro). En este taller se puso de manifiesto que la colaboración público-privada es clave para afrontar con éxito la lucha contra el desperdicio de alimentos, reduciendo un problema que sitúa a España como el séptimo país europeo que más despilfarra.



## Coca-Cola European Partners distribuye Monster Espresso en España

**C**oca-Cola European Partners ha comenzado a distribuir a través de su red comercial la última innovación de Monster Energy: Monster Espresso, un “iced coffee”, un triple shot que aúna el intenso sabor del café y la energía de Monster, convirtiéndose así en el único producto de estas características en el mercado. Este nuevo producto que se comercializa en latas de 250ml, está disponible en dos sabores, Espresso con leche y Espresso vainilla; y se puede adquirir en las principales cadenas de alimentación, tiendas de barrio, gasolineras y en locales de hostelería.



## Plátano de Canarias y los Hermanos Torres inician un ciclo de Clases Magistrales para futuros profesionales de la cocina

**L**os chefs Sergio y Javier Torres, reconocidos cocineros con dos estrellas Michelin, impartieron el pasado 6 de mayo una Clase Magistral a más de 200 alumnos de la Escuela de Hostelería de Madrid. Esta sesión ha iniciado así la serie de clases magistrales que los Hermanos Torres impartirán en diferentes escuelas de hostelería en España con el objetivo de enseñar a los es-



tudiantes las posibilidades que el plátano cultivado en las islas puede ofrecer dentro de la cocina profesional. Durante su charla, los cocineros ofrecieron una visión integral del plátano de Canarias, desde sus principales valores nutricionales hasta diferentes técnicas para su conservación, pasando por innovadoras recetas, arriesgadas y sorprendentes, para su utilización como ingrediente en la cocina.

## Pascual presenta 'Aporta' para unificar su Gestión Responsable del negocio

**P**ascual, el holding que engloba diferentes empresas en los sectores de alimentación y bebidas, construcción e inmobiliario, presentó el pasado mes de mayo su marco 'Pascual Aporta', para la integración de la gestión responsable en el negocio. Esta iniciativa aúna todos los programas que viene desarrollando la compañía en torno a los tres territorios desde los que quieren aportar valor a la sociedad: bienestar, desarrollo y medio ambiente. Está promovido por sus marcas: Pascual, Bezoya, Bifrutas, Vivesoy, Mocay Caffè, The Goods y La Quinta Grupo Inmobiliario.



## Pescanova presenta novedades en la feria Seafood Expo Global

**N**ueva Pescanova ha presentado sus productos más innovadores en la feria internacional Seafood Expo Global, que se celebró en Bruselas del 7 al 9 de mayo. Entre estas novedades destacaron los últimos lanzamientos centrados en el consumo espontáneo, como el snacking, cada vez más popular entre los consumidores, los aperitivos Picatapas y Fiesta, preparados de brochetas; así como la nueva gama de langostinos cocidos de calidad superior, Rodolfos, presentados en bandejas de 550 gramos. Unas propuestas que se completan con las recetas tradicionales de merluza al vapor con tres formatos: salsa con ajo y perejil, salsa griega y a la riojana.



## Crece el sellado de piezas por el Consorcio del Jamón Serrano Español



**E**l Consorcio del Jamón Serrano Español, entidad que agrupa a 29 socios, aumentó los datos de exportación de su marca ConsorcioSerrano en 2018, con un total de 767.475 piezas selladas; lo que representa un crecimiento del 4,71% con respecto al año anterior. Alemania y Francia, que se llevan algo más del 50% de las exportaciones, han incrementado su sellado. Alemania, por su parte, ha pasado de 213.492 piezas a 216.854 con un aumento de un 1,58%; mientras que Francia también ha experimentado una subida de un 12,82% pasando de 151.942 piezas selladas a 171.414. Holanda les sigue con un total de 65.254 piezas y una subida de un 2,93%, aunque el mayor aumento lo ha experimentado Estados Unidos, pasando de 24.385 a 62.550, un 156,5% más.

## Arranca la campaña de sandía Fashion 2019

**G**ruppo AGF presentó el pasado mes de abril su campaña 2019 en las instalaciones de Indasol, donde se confeccionaban las primeras sandía Fashion producidas en Almería, desde la limpieza del producto, auditoría, calibrado, etiquetado y empaquetado hasta su salida a los principales mercados en España y Europa. Un acto en el que también se conmemoró el 15 aniversario del proyecto sandía Fashion. La campaña de promoción 2019 descansa sobre el mensaje #quenadatepare.





## Cidacos lanza sus legumbres cocidas en los envases de cartón de Tetra Pak

Cidacos ha comenzado a comercializar sus tradicionales legumbres (lentejas, alubias y garbanzos) en el envase de cartón Tetra Recart®, gracias a la nueva tecnología de Tetra Pak que permite envasar en cartón alimentos sólidos reduciendo los costes en toda la cadena de valor y con menos emisiones de CO<sub>2</sub> a lo largo de su ciclo de vida. Cidacos dispone en su fábrica de Coria (Cáceres), de este innovador sistema de envasado, que ha supuesto una inversión superior a los 7 millones en la que produce además de las legumbres, la frita y el tomate frito tipo casero en formato Tetra Recart®.



## El Encuentro Internacional del Aceite de Oliva cierra su octava edición con un crecimiento del 50% en participación de compradores internacionales

La octava edición de la World Olive Oil Exhibition se celebró el pasado mes de marzo en Madrid, con un crecimiento de los compradores internacionales del 50%, visitantes de 40 nacionalidades y más de 760 empresas representadas, llegadas desde 10 países diferentes. España ha estado representada por 10 de 13 Comunidades Autónomas productoras, las cuales acaparan en conjunto el 98% de la elaboración nacional. En esta edición también se ha celebrado el primer concurso de ensaladas Desafío WOOE, que buscaba la mejor combinación con los aceites de oliva procedentes de las cuatro DOP de Castilla La Mancha.



## AENOR certifica el Bienestar Animal de las principales producciones ganaderas de COVAP



COVAP ya cuenta con la certificación de Bienestar Animal de AENOR en granjas de vacuno de leche y porcino, sus centros de tipificación de vacuno y ovino y el centro de transformación cárnica. Su modelo basado en la calidad desde el origen ha permitido que la Cooperativa reciba este reconocimiento en todo su proceso de producción ganadera. El certificado AENOR de bienestar Animal basado en el referencial europeo de Welfare Quality® ha evaluado las buenas prácticas ganaderas de COVAP bajo los principios de: buena alimentación, buen alojamiento, buen estado de salud y comportamiento apropiado en 305 granjas de vacuno de leche y 576 granjas de cerdo de raza 100% ibérica.

## Toyota Material Handling Europe presenta la visión logística del futuro en Hannover Messe

Toyota Material Handling Europe ha presentado su visión sobre la industria digital en el stand de Microsoft de la feria de Hannover, el pasado mes de abril. Los vehículos en el stand fueron presentados en un tamaño a escala, completando la demostración basada en un escaneo en 3D de un almacén. Esto permitió a las máquinas entrenarse para navegar mediante el llamado gemelo digital en un entorno de un almacén, optimizando continuamente su rendimiento, todo ello gracias a Azure Machine Learning. Una vez implementado, el vehículo mejorará continuamente, con un conocimiento de su ruta basado en su entorno en movimiento, gracias a la inteligencia a bordo.



## Manzanas Val Venosta aumenta sus ventas en el mercado español



**D**urante los dos primeros tercios de la temporada en España, las ventas de Manzanas Val Venosta han sido positivas, recuperando cuota de mercado gracias a una cosecha de excelente calidad y con unos volúmenes en línea con la media otros años. Acabada la temporada para Ambrosia™, Envy™ y Gala; Kanzi® y Redchief se mantendrán en el mercado hasta finales de junio, mientras que el resto del verano se dispondrá de Golden, hasta enlazar con la nueva cosecha en septiembre. La notoriedad de la marca y el reconocimiento de los consumidores españoles ha crecido en este ejercicio gracias a acciones de comunicación y a las realizadas en puntos de venta y mercas para aumentar el contacto con consumidores y clientes.

## Raúl Muñiz elegido nuevo presidente de INTEROVIC



**T**ras la Asamblea General de INTEROVIC celebrada en Madrid el pasado mes de abril, el candidato por Cooperativas Agroalimentarias, Raúl Muñiz, fue elegido presidente de esta organización tras recibir el apoyo mayoritario de las diferentes asociaciones que integran la Interprofesional. Entre sus próximos retos, Muñiz señalaba “hacer más partícipe al sector productor dentro de las actividades llevadas a cabo por la interprofesional, seguir trabajando y reforzar las campañas de promoción tanto a nivel nacional, para aumentar la frecuencia de consumo, así como a nivel internacional, para la búsqueda de nuevos consumidores”.

## España, único país capaz de asegurar un cultivo de pimiento más sostenible durante todo el año



**E**spaña ocupa la primera posición en producción y exportación de pimiento en la UE. Cada año se comercializan aproximadamente 750.000 toneladas en las principales cadenas de supermercados y grandes superficies de Europa. España es el único país capaz de asegurar un cultivo sostenible de pimiento durante todo el año. En lo que respecta a la producción ecológica, en el caso de las hortalizas, crece año tras año. Este incremento se sitúa en más de un 10% en la mayoría de sus cultivos, entre los que se encuentra el pimiento. Aproximadamente 75.000 toneladas del total de la producción corresponden a pimiento ecológico. Así se puso de manifiesto en las jornadas Ecoforum, celebradas en Almería, en las que se compartió conocimiento con productores y cooperativas sobre las nuevas variedades disponibles que mejor se adaptan a sus diferentes condiciones de cultivo. En este foro Syngenta y Zeraim presentaron la oferta de variedades más resistentes, mejor adaptadas y más amplias para el mercado ecológico del pimiento, con una producción que asciende ya a unas 30.000 toneladas.

## VOG presenta la primera bandeja de cuatro manzanas hecha completamente de cartón

**E**l Consorcio VOG ha lanzado la primera bandeja de cuatro manzanas hecha completamente de cartón, con el objetivo de reducir el uso de plástico “de usar y tirar”, sustituyéndolo por materiales biodegradables, compostables o reciclables, sin necesidad de utilizar el film estensible de plástico y conseguir reproducir eficazmente la doble función de la bandeja: sellar el envase y proteger la fruta, pero al mismo tiempo mostrar el producto para que el consumidor pueda seleccionarlo. En otoño, cuando empiece la nueva temporada de la manzana, VOG tiene previstas otras líneas de envasado para bandejas de 4/6 piezas ‘100 % cartón’.





## Grupo La Caña a la cabeza en el Decálogo de Sostenibilidad



Por segundo año consecutivo, Grupo La Caña integra la prestigiosa lista del Decálogo de Sostenibilidad que elabora anualmente el Ministerio de Agricultura. Los resultados globales de la auditoría previa a este reconocimiento posicionan a Grupo La Caña como empresa líder en sostenibilidad dentro del competitivo sector hortofrutícola, con una media notablemente superior a la obtenida por otras empresas comercializadoras y similares en su campo de trabajo. En concreto, tres han sido los puntos con mejor valoración tras la auditoría, destacando en ética social; Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i) y también, por el clima laboral entre sus trabajadores.

## La Ibense 1892 presenta sus nuevos helados “Dulces sueños”



La Ibense 1892 ha presentado nuevos helados “Dulces sueños”, de vainilla sin gluten y con extractos de pasiflora y valeriana (en un 0,5%), de forma que ayudan a relajarnos para poder dormir mejor, pero no adulteran el sabor de este producto, que además facilita la digestión. La pasiflora es una planta trepadora rica en flavonoides, fenoles y aceites esenciales a los que en conjunto se atribuye una acción sedante sobre el cuerpo. Por su parte,

la valeriana es una herbácea que facilita la relajación del sistema nervioso y el cerebro, por lo que se recomienda a personas que no pueden dormir o que padecen estrés o ansiedad. El helado “Dulces Sueños” de La Ibense 1892 está disponible en formato de venta al público en tarrina de un litro a través del canal de supermercados e hipermercados. Su precio recomendado de venta es de 3,93 euros.

## Tenera Asturiana refuerza su presencia en el Salón de Gourmets

La IGP Tenera Asturiana estuvo presente en el Salón de Gourmets celebrado en Madrid el pasado mes de abril, en el que reforzó su presencia respecto a ediciones anteriores, con un nuevo stand, diseñado por cinco alumnas del Grado de Diseño de Interiores de la Universidad Politécnica de Madrid, duplicando su espacio expositivo en el que, aparte de evocar Asturias, se consiguió que el visitante pudiera profundizar en la alimentación de los animales, como eje fundamental de su proceso de cría. Desde el stand se proporcionó información sobre las características de las carnes amparadas por los sellos, facilitando el contacto con los comercializadores inscritos en el Consejo, a lo largo de los cuatro días en los que se desarrolló la feria.



## Aceites de Oliva de España y Renfe presentan el AVE de los Aceites de Oliva

Aceites de Oliva de España y Renfe han presentado el tren de alta velocidad (AVE) vinilado con la imagen de la campaña “Olive Oil World Tour. Olive Oil Makes a Tastier World”, una campaña promocional de alcance global que cuenta con el apoyo de la Unión Europea.



Los coches y locomotoras de uno de los trenes de alta velocidad que une las ciudades de Madrid y Sevilla se han customizado con la imagen de esta campaña. Una iniciativa que se ha extendido al interior de las cafeterías de todos los AVE que unen Madrid con la capital andaluza. La campaña Olive Oil World Tour, lanzada en 2018, se ha venido desarrollando bajo un único lema, “Olive Oil World Tour. Olive Oil Makes a Tastier World”, invitando a descubrir, a los viajeros que transitan por los principales aeropuertos, estaciones de trenes y terminales de cruceros, las bondades de nuestros Aceites de Oliva, que son emblema de la excelencia europea.