

INFORMACIÓN y CULTURA sobre la cadena alimentaria

MERCASA MANTIENE UN PROTAGONISMO CRECIENTE EN LA OFERTA DE INFORMACIÓN Y CULTURA SOBRE LA CADENA ALIMENTARIA

La revista **Distribución y Consumo**, que Mercasa edita desde 1991, edita cinco números anuales, que en 2018 se dedicaron de manera especial a favorecer el debate sobre innovación en las estructuras y los procesos comerciales; la evolución del consumo de carne y productos cárnicos en los últimos diez años, además de otros aspectos relaciones con este mismo sector; las tendencias en logística; analizar el sector de frutas y hortalizas coincidiendo con la feria Fruit Attraction 2018; el sector de hostelería y restauración; o repasar la evolución del consumo alimentario en España en los últimos 30 años, coincidiendo con el treinta aniversario del panel de consumo alimentario que elabora el ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Todo ello, entre otros muchos temas tratados en los contenidos de la revista.



Igualmente, en 2018 se publicó la edición número 21 del anuario **Alimentación en España**, convertido en referente básico de información y consulta sobre todos los eslabones de la cadena alimentaria: producción, industria, distribución y consumo.



Además de las ediciones impresas, en 2018 Mercasa potenció 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 unos 5.000 destinatarios, representativos de ámbitos académicos, educativos, empresariales, institucionales y periodísticos. Todo ello, reforzado por la difusión que se realiza también a través de las redes sociales.

En 2018 se puso en marcha una nueva **web de Mercasa**, ampliando y mejorando sus contenidos y navegación.



Hay que resaltar también la presencia de Mercasa en la feria **Fruit Attraction 2018**, que se celebró en octubre, y la feria Meat Attraction, especializada en el sector cárnico, que se celebró en el mismo recinto de IFEMA, en el mes de septiembre.



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. Todo ello en esta ocasión promocionando el eslogan **“Somos Red”**.



Mercasa – Informe Anual 2018

Información y cultura sobre la cadena alimentaria

Otro tema a destacar en 2018 es la firma de un protocolo de colaboración de **Mercasa** y la Academia Iberoamericana de Gastronomía, para trabajar de forma conjunta y favorecer una mayor vinculación entre la actividad comercial mayorista de alimentos frescos en la **Red de Mercas** y la gastronomía española; contribuyendo a divulgar las ventajas del surtido exclusivo de productos que se comercializa en la Red de Mercas.



Entre las actuaciones que impulsa este convenio destaca un **recetario original y exclusivo** que elaboran chefs españoles de reconocido prestigio, a partir de productos frescos y de temporada –frutas y verduras, pescados y mariscos, carnes, etc.– procedentes de cada una de las 23 Mercas de la red Mercasa.

La selección de productos, chefs y recetas se vinculan a la oferta de los mejores productos a lo largo del año. Las recetas, acompañadas de un vídeo, se van incorporando a un nuevo espacio virtual creado para este proyecto, bajo el concepto general de "Recetas Gastro Merca", enmarcado en el esfuerzo que está realizando Mercasa para impulsar los canales digitales de comunicación.

Asimismo, Mercasa volvió a coordinar en 2018, 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 Industria, Comercio y Turismo, 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 2018, la campaña incorporó nuevos retos, ampliando también el concurso de fotografía de los últimos años con un nuevo concurso de vídeo.

