

Compromiso solidario de Mercasa y la Red de Mercas durante la crisis de la COVID-19

Mercasa ha venido organizando, impulsando y participando activamente en múltiples acciones solidarias durante los últimos meses, desde que comenzó la crisis del coronavirus, para canalizar toda la ayuda que ha sido posible hacia los colectivos sociales más vulnerables.

Unas acciones de Mercasa que se han enmarcado siempre en las iniciativas impulsadas por el Grupo SEPI, en colaboración y de forma conjunta con otras empresas del grupo, como Correos y Tragsa, además de otras instituciones como los Bancos de Alimentos, Cruz Roja o Paradores de España, contando con la implicación activa de la Red de Mercas.

Entre las acciones desarrolladas desde finales de marzo hasta primeros de junio, se incluye una permanente colaboración con los Bancos de Alimentos en toda España, lo que ha permitido que durante el estado de alarma las donaciones a Bancos de Alimentos de la Red de Mercas han ascendido a cerca de 3 millones de kilos, en su mayoría de alimentos frescos, lo que supone un 30% más que en el mismo periodo del año anterior. Una cifra a la que hay que añadir cerca de 1 millón de kilos más donados a otras entidades (Caritas, Cruz Roja etc.).

Un refuerzo de solidaridad que ha sido posible gracias a la coordinación e implicación de Mercasa y la Red de Mercas en estas gestiones, así como a las aportaciones realizadas tanto por parte de las propias Mercas como desde las empresas mayoristas ubicadas en sus instalaciones.

Asimismo, Mercasa y Tragsa se han unido a Paradores de España para repartir, a través de Cruz Roja, menús a las familias más vulnerables de diferentes zonas de España, Cádiz, con el fin de poder mitigar los efectos sociales y económicos originados por la crisis de la COVID-19.

Por otra parte, Mercasa ha distribuido 230.000 mascarillas entre más de 30.000 comerciantes detallistas que acuden a comprar diariamente a la Red de Mercas. Unas mascarillas que proceden de una donación a Mercasa gestionada por la Consejería Económica y Comercial de España en las RAEs de Hong Kong & Macao.



Mercasa desarrolla la campaña “Ahora más que nunca, acuérdate de tu mercado”, por encargo de la Secretaría de Estado de Comercio



Durante todo el periodo del estado de alarma, Mercasa ha venido apoyando a los mercados municipales y al comercio de proximidad como alternativas de compra seguras, sin aglomeraciones, cercanas y con servicio a domicilio.

Esta acción se ha visto reforzada con la colaboración de la Secretaría de Estado de Comercio en la campaña “Ahora más que nunca, acuérdate de tu mercado”, encargando a Mercasa su difusión en medios sociales.

Todas las semanas se han publicado mensajes nuevos, apoyando a los diferentes sectores, frutas y hortalizas, pescados o carnes, pero siempre girando alrededor de la idea de los valores de los mercados municipales: proximidad, seguridad, rapidez, calidad, servicios de compra no necesariamente presencial en los momentos más críticos y reparto a domicilio.

El fuerte impacto de esta campaña ha reflejado el interés en redes sociales de los contenidos vinculados al comercio especializado y de proximidad, así como a la alimentación fresca; cuya valoración se ha visto reforzada con la evolución de los datos de consumo y hábitos de compra durante los meses del estado de alarma.

Alvalle producirá más de 25 millones de litros de gazpacho desde su nueva planta en Alcantarilla

Alvalle ya opera desde su nueva planta “La Cocina de Alvalle” desde la cual elaborará más de 25 millones de litros de gazpachos, durante la presente temporada de verano. La compañía ha invertido 31 millones de euros para esta nueva instalación de 40.000 metros cuadrados ubicada en Alcantarilla, Murcia, que cuenta con tres líneas de producción (ampliable a una cuarta) con una capacidad 50% superior a la de su anterior planta.

Alvalle cuenta con un producto de calidad premium gracias a la selección de las mejores materias primas frescas y un proceso de elaboración con innovación aplicada para garantizar la máxima frescura. Cada año, Alvalle consume unos 29 millones de kilos de hortalizas de origen 100% local y en un radio de 200 km desde la planta ubicada en Alcantarilla. Más del 50% de la producción de la Cocina de Alvalle se exporta a países europeos como Francia, Bélgica, Portugal, Alemania, los Países Bajos y el Reino Unido.



Princesa Amandine inicia la comercialización de la patata nueva

Princesa Amandine Ibérica ha comenzado la comercialización de la patata nueva española, en una campaña de cuatro meses que se alargará hasta primeros de septiembre. La patata nueva Princesa Amandine ha tenido dos zonas de producción (siembra) en España, una al sur y otra al norte. En este año 2020, se han plantado más de 55 hectáreas para una producción total estimada en 2.200 toneladas de patatas disponibles los meses de verano.

Princesa Amandine Ibérica, es un proyecto conjunto de cuatro empresas de la Península Ibérica, Ibérica de Patatas (Madrid), Zamorano (Barcelona), Udapa (País Vasco), y la portuguesa Campotec para promocionar la patata Princesa Amandine en España.

La patata nueva es una patata fresca, plena de sabor, generalmente con un mayor contenido en agua y una piel fina. Son patatas recién recolectadas que no han sido sometidas a ningún método de conservación. Muestran todo su potencial culinario, siendo Princesa Amandine especialmente recomendada para cocer y guisar, y también en todo tipo de garnición y ensaladas frescas.



El sector platanero trabaja unido en la exportación para encontrar nuevas alternativas

La crisis sanitaria ha puesto de relieve la importancia estratégica del sector primario de Canarias, pero también lo ha situado ante muy difíciles circunstancias de mercado como consecuencia del cierre en un primer momento de mercados y mercadillos, y al cierre del canal de hostelería, turismo y restauración.

En el caso del plátano, a esta circunstancia hay que sumarle el alto volumen de producción que tiene desde principios de este año 2020. El descenso en el volumen de plátano comercializado en Canarias durante el estado de alarma ha sido de 700.000 kilos con respecto a la media de los diez últimos años. Una cantidad inferior al volumen comercializado en Marruecos y que reafirma este mercado como un mercado de interés para el sector.

El mercado marroquí ha sido desarrollado en los últimos dos años por las Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias a través de ASPROCAN, la cual ha contado a su vez con el apoyo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y de Proexca para la cofinanciación de acciones de promoción en mercados exteriores al 50% con la asociación.



BENEO amplía su catálogo con nuevos ingredientes orgánicos

BENEO ha anunciado la ampliación de su oferta de fibra de raíz de achicoria y almidones de arroz con dos nuevas soluciones orgánicas. El nuevo almidón de arroz waxy orgánico de BENEIO, Remyline O AX DR, completa el portafolio existente de almidones de arroz con la disponibilidad de soluciones orgánicas para almidón de arroz regular y waxy. Lanzado a nivel mundial a partir de julio, Remyline O AX DR es el primero de su tipo en llegar al mercado, por lo que abre nuevas posibilidades para el desarrollo de productos. El nuevo Orafiti@Organic de BENEIO es una variante de su fibra de raíz de achicoria, que se cultiva y cosecha de forma local en Bélgica a manos de agricultores orgánicos certificados.



Alimentaria se celebrará en mayo de 2021 de común acuerdo con el sector



La próxima edición de la feria Alimentaria tendrá lugar del 17 al 20 de mayo de 2021. Fira de Barcelona ha consensuado con el sector las nuevas fechas del evento, dando respuesta así a la petición de las principales empresas y asociaciones de la industria y con el objetivo de celebrarlo el próximo año con la máxima participación e internacionalidad posible.

Actores de la industria alimentaria tan relevantes como el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, MAPA; la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB); ICEX España Exportación e Inversiones; la Asociación Española del Dulce, Produlce; la Asociación de Fabricantes y Distribuidores, AECOC; la Asociación Empresarial Cárnica, Anafri; y la Federación Empresarial de Carne e Industrias Cárnicas, Fecic; entre otras muchas, han mostrado su satisfacción con el movimiento de fechas de Alimentaria por ofrecer mayores garantías y preservar el atractivo comercial.

Alimentaria 2021, que tendrá lugar en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona, proyectará la innovación y la gastronomía como sus valores de referencia. El certamen seguirá compuesto por los salones cárnico (Intercarn), lácteo (Interlact), conservero (Expoconser), del dulce y los aperitivos (Snacks, Biscuits & Confectionary); de la dieta mediterránea, productos frescos, aceites de oliva y vegetales (Mediterranean Foods) y Food Service (Restaurama).

Abierto el plazo para participar en Meat Attraction 2021, que se celebrará entre el 2 y el 4 de febrero

Con el mensaje “Cita con las mejores carnes del mundo”, Meat Attraction 2021, organizada por IFEMA y ANICE –Asociación Nacional de Industrias de la Carne en España–, abre las solicitudes de participación para su próxima convocatoria que se celebrará del 2 al 4 de febrero. Una convocatoria con grandes expectativas de crecimiento y un gran volumen de participación que, según las previsiones, que ocupará el pabellón 10 de IFEMA, llegará a superar las 600 marcas y empresas y 20.000 profesionales de 60 países.

Meat Attraction 2021 contará de nuevo con un Área de Producto, que representa a carnes; derivados cárnicos; carnes y derivados con figuras de calidad; IbéricoLand – espacio expositivo para la industria de productos cárnicos ibéricos–; Eorganic Market –empresas especializadas en productos cárnicos ecológicos–; Halal y Kosher Area. El Área de Industria Auxiliar acoge The Butcher’s Shop, la nueva área de exposición dedicada al equipamiento comercial. En esta ocasión, la feria vuelve a poner en marcha la iniciativa ‘País Importador Invitado’, con Japón y Canadá como invitados, con el fin de impulsar el mercado exterior.



Pascual apoya el negocio de más de 80.000 pequeños hosteleros afectados por la crisis sanitaria

Pascual está reforzando su compromiso con los pequeños hosteleros acompañándolos en la reapertura con medidas para reactivar su negocio; incentivar las ventas a corto plazo con nuevas formas de negocio, como delivery o take away, y digitalizarse para afrontar la “nueva normalidad. La compañía, además, ha puesto a su disposición gratuitamente alrededor de 6,5 millones de consumiciones de productos, tanto de sus marcas como de sus partners. Entre estas consumiciones se incluyen café, agua, leche, vino, conservas, aceite y salsas son algunos de los productos que Pascual que está haciendo llegar a esos pequeños hosteleros, que más lo necesitan durante la fase de reactivación.



Eversia monitoriza su material reciclado y obtiene el sello MORE

Eversia se ha adherido a la plataforma MORE, puesta en marcha en 2019 por EuPC (European Plastics Converters) y coordinada en España por ANAIP, para monitorizar el uso de material reciclado por parte de los transformadores de plásticos. Para la obtención de este aval la empresa ha registrado información como los tipos de polímeros reciclados utilizados, los volúmenes utilizados por material y por aplicación, el volumen total (virgen y reciclado) usado en un año, auditorías externas, valoración de la facilidad de procesamiento de los polímeros reciclados que utilizan, etc.



Fruit Attraction LIVEConnect, el mayor Marketplace y Red Social Profesional del mundo especializada en sector hortofrutícola



Fruit Attraction 2020, que celebrará presencialmente del 20 al 22 de octubre una edición extraordinaria, ha puesto al servicio de la comunidad hortofrutícola el mayor Marketplace y Red Social Profesional del mundo especializada en el sector hortofrutícola: Fruit Attraction LIVEConnect, una nueva plataforma digital que permitirá generar miles de nuevas oportunidades de compra-venta internacionales. Un nuevo canal de ventas mundial entre toda la oferta y demanda hortofrutícola. LIVEConnect estará operativa desde el 1 de octubre 2020 durante todo el mes, y fortalecerá capacidad de convocatoria presencial de Fruit Attraction 2020, que será Live, Hybrid y Online, iniciando ya toda una campaña de comunicación internacional con el mensaje: The world's largest fresh produce community Marketplace. Helping fresh produce community to stay open for Business. Fruit Attraction LIVEConnect, estará disponible del 1 al 31 de octubre, a través de Mobile App, y con todas las funcionalidades Web, que servirá de puente entre lo presencial y lo no presencial. En una plataforma LIVE, CONNECT, INNOVATE, EMPOWER 24h/365d.

Canals Munné presenta el nuevo vino blanco xarel-lo vermell 2019

Canals Munné ha presentado el nuevo vino blanco xarel-lo vermell 2019, de la D.O. Penedés que recupera una variedad ancestral con una producción limitada a 2.250 botellas por la poca cantidad de viñas actuales, que esta bodega ha estado recuperación durante los últimos años, con una cepa olvidada del Penedés que debe su nombre al color rojo de las uvas.



STILL entrega 5 carretillas eléctricas para reforzar la intralogística del Banco de Alimentos de Madrid durante la emergencia alimentaria

Tras la acogida masiva a la Operación Kilo Especial COVID-19, lanzada por el Banco de Alimentos y que finalizó el pasado 6 de mayo con la recolecta de 1.300.000 kg de alimentos básicos, STILL cedió 5 carretillas eléctricas a la organización benéfica que contribuirán a reforzar sus operaciones de almacenaje y distribución durante la emergencia alimentaria. En concreto, STILL ha aportado dos transpaletas eléctricas de conductor montado EXU-SF20, dos transpaletas eléctricas EXU-20 y una carretilla retráctil modelo FM-X14 de 7 metros de elevación, una altura adecuada para trabajar con comodidad en las estanterías del almacén logístico del Banco de Alimentos de Madrid.



Zespri™ presenta su nueva plataforma de comunicación “Cuidarte es tu placer”

Zespri™ acaba de presentar en el mercado español “Cuidarte es tu placer”, su nueva plataforma de comunicación global que pretende poner de manifiesto el desafío que hace Zespri™ a las convenciones más habituales sobre la vida sana, para generar una nueva conexión entre la naturaleza, los alimentos que obtenemos de ella y nuestro bienestar. El nuevo Zespri™ también ha incorporado a los “Kiwi Brothers”, las mascotas de la marca y se ha llevado a cabo un cambio en su logo, con un abanico en diferentes tonos de verde que se inspira en la reconocible sección transversal de su fruta, y el texto rojo ilustra la energía y el dinamismo de la marca.



“Tomate Vision” nuevo centro Syngenta para acelerar su innovación en el cultivo del tomate



Syngenta ha inaugurado las nuevas instalaciones “Tomato Vision” de I+D y marketing de Syngenta en Maasland, Países Bajos. El centro incluye 14.000 m² de invernadero de alta tecnología, donde 800 nuevas variedades únicas de tomate se prueban y seleccionan para las necesidades específicas de mercado, utilizando tecnologías de cultivos ultramodernos y tradicionales. Para ello se ha diseñado un invernadero para imitar las condiciones reales de los productores, presentando secciones diferentes para cultivos con luz y sin luz, con lo último en control de climatización. Además, se ha incorporado un área de 1.500 m² a disposición de los visitantes para ofrecerles un primer contacto con los próximos lanzamientos, junto con una comprensión más profunda del portfolio integral de invernadero activo de Syngenta.

Toyota Material Handling España mantiene su compromiso solidario con Cruz Roja Española

Toyota Material Handling España ha llevado a cabo una nueva acción solidaria con la donación de varias máquinas de manutención para las nuevas instalaciones de Cruz Roja en la localidad catalana de Igualada, una de las más afectadas por la crisis sanitaria. En concreto la compañía ha donado dos transpaletas eléctricas, un apilador y una carretilla retráctil. Cruz Roja Española ha contado una vez más con el apoyo de TMHES a través de una nueva aportación de equipamiento de manutención para sus instalaciones en Igualada, que permitirá mejorar la gestión de sus almacenes.

