

Mercabarna potencia la oferta bio en la feria Organic Food Iberia



La Organic Food Iberia celebrada en Madrid los pasados 8 y 9 de junio contó con la presencia de Mercabarna. El principal mercado mayorista de alimentos frescos de Europa en volumen de comercialización dio a conocer la oferta de las empresas especializadas en alimentos bio a posibles clientes del resto de España y otros países europeos en la feria internacional de referencia de alimentos ecológicos de la Península Ibérica. En el conjunto de Mercabarna existen unas 50 empresas que comercializan alimentos frescos ecológicos de forma consolidada. La mayor parte son del sector de frutas y hortalizas, pero también las hay del sector cárnico, del sector del pescado de acuicultura y del producto seco. Los principales compradores de los productos ecológicos que comercializan las empresas de Mercabarna son distribuidores, cadenas de supermercados o de restauración en el territorio nacional y el resto de Europa, sobre todo de los países del centro y norte del continente, donde el consumo de alimentos bio está más extendido. La exportación desde el mercado mayorista de todo tipo de alimentos –ecológicos y convencionales– es ya del 35% sobre el total de productos comercializados.

Anecoop presentó cifras positivas en 2021

La facturación de Anecoop, una de las mayores empresas internacionales de distribución de cítricos, hortalizas, frutas no cítricas y vinos, alcanzó el pasado año los 790,3 millones de euros, un 2,6% más que en 2019-2020. El consolidado de todas las empresas del Grupo llegó a los 994 millones en su cifra de negocio, lo que significó un 3% más que el ejercicio anterior.

“Al crecimiento en volumen y facturación se suma que 2021 es el ejercicio de mayor liquidación a nuestros socios”, destacó Alejandro Monzón - presidente de Anecoop-.

El ingreso de COPAL (Algemesi) en Green Fruits y la integración de la cooperativa San Felipe Benicio de Benimodo en CANSO (L'Alcúdia) forman parte de los acontecimientos societarios que Anecoop ha destacado en su estrategia para fomentar la integración de sus socios.

El Grupo Anecoop integra en la actualidad 70 cooperativas y empresas socias hortofrutícolas y vitivinícolas en todo el territorio nacional. Durante el ejercicio 2021, incorporó dos nuevos socios: la Hortofrutícola Costa de Almería y la cooperativa navarra Bodegas San Martín.



Certificación oficial para garantizar la inocuidad de los alimentos

La Organización Mundial de la Salud y la FAO instan de manera regular a reflexionar sobre la inocuidad de los alimentos con los objetivos de prevenir y promover soluciones. La Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) vela en España por tales fines. Las 500 entidades que están acreditadas por la ENAC se encargan de transmitir confianza a quienes consumen, así como de aportar la tranquilidad que necesita el mercado alimentario. La seguridad, calidad de los productos, cómo se han fabricado, su procedencia, la veracidad de la información de los etiquetados, su impacto ambiental son varios de los elementos esenciales que aseguran la inocuidad.

Gracias a los laboratorios de la entidad se pueden cumplir con los requisitos recogidos en las denominaciones de venta. Entre sus tareas destacan las de realizar ensayos de control de los procesos de elaboración de alimentos, asegurar la higiene de los equipos de procesado, determinar la inocuidad de materiales de envasado y llevar a cabo los ensayos que detengan las enfermedades de vigilancia obligatoria de animales y plantas. Desempeño imprescindible en la cadena alimentaria.



Reciclaje para una economía circular



Compartir, reutilizar, reparar, alquilar, renovar y reciclar materiales siempre que sea necesario creando un valor añadido y extendiendo el ciclo de vida de los productos. Son los fundamentos de la economía circular a los que se adhieren las empresas gracias a las innovaciones que desarrollan. Iniciativas como convertir los residuos en recursos forman parte en estos tiempos de la Responsabilidad Social Corporativa que trata de garantizar el cuidado del medioambiente.

Eversia implementa los propósitos citados con el lanzamiento de una nueva línea de bolsas de basura para el canal Retail exclusivamente fabricadas con plástico reciclado con la intención de asumir el com-

promiso de crear impactos positivos en el planeta. Los nuevos artículos se encuentran disponibles en formatos de 30, 50 y 120 litros, y cuentan con certificación Ángel Azul. Incluyen sistema de autocierre, antigoteo y multicapa para facilitar el reciclaje en el domicilio ya que han sido diseñados para evitar olores o derrames. El fabricante pone en el mercado unas bolsas resistentes que no consumen recursos fósiles, y elaboradas con plástico post-consumo porque “lo natural es reciclar”

Un mar de nutrientes y de salud

Consumir entre tres y cuatro raciones de pescado o marisco por semana, siempre tratando de ingerir tantos pescados blancos como azules para la población en general, hacen parte de las recomendaciones para una vida saludable. No hay duda que incluir productos procedentes del mar mejora las vidas de los seres humanos.

“El consumo de pescados y mariscos se asocia desde la evidencia científica, a la disminución de riesgo de enfermedades cardiovasculares, el deterioro cognitivo, la artritis reumatoide, previene ciertos tipos de cáncer y ayuda a mejorar el control de peso y el desarrollo cognitivo en la infancia y el consumo de pescado durante el embarazo se ha asociado con mejores resultados en el desarrollo neurológico de los niños”, afirma Rosaura Leis, vicepresidenta de Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética (FESNAD), y presidenta de la Fundación Española de la Nutrición.

La población puede beneficiarse de los alimentos que el mar proporciona y mantener a su vez hábitos de consumo responsables como adquirir productos de temporada y proximidad, y también evitar el desperdicio de alimentos e informarse del origen y tipo de producción. España ofrece un gran variedad de especies de pescado y mariscos que abren todas las posibilidades para propuestas culinarias nutritivas a precios asequibles.



Reducir el consumo energético y aumentar la producción es posible



La agroalimentaria Vicente Peris incrementó el volumen de producción de melón piel de sapo, e incrementó las ventas de su producto estrella en un 27% durante el pasado año. Alcanzó estas cifras reduciendo la huella ambiental y el consumo de

agua y energético. Todo gracias a las mejoras de eficiencia que incluyó en su planta de producción de I gama en 2001.

Peris sigue desarrollando nuevas acciones de eficiencia con los objetivos de reducir el consumo de papel y optimizar la separación de residuos para un reciclaje efectivo. La empresa ha previsto llevar a cabo durante este ejercicio diversas formaciones a sus equipos para ayudarles a ser más conscientes del consumo de agua, lo que debería repercutir en reducir el volumen consumido. Con el objetivo de animar al consumidor para que se incorpore a la labor de la sostenibilidad, Peris incluye en el etiquetado de sus productos para así contribuir a la didáctica de la segregación de residuos.

España encabeza el consumo de limón en Europa

Habitamos uno de los países del mundo donde más limón se consume: 105.000 toneladas el pasado año. Cantidades similares a las de 2019, y un 15% inferiores a las de 2020 según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Arraigado a la dieta mediterránea desde hace más de diez siglos, este cítrico aporta un gran número de propiedades y beneficios nutricionales.

Es fuente importante de vitamina C. Lo que favorece la formación normal de colágeno, la regeneración de la forma reducida de la vitamina E, la disminución de la fatiga, así como optimiza la absorción del hierro. Natural y sin grasas, el limón encaja perfectamente en el prototipo de vida saludable. Por ello se trata de unos alimentos más codiciados por profesionales de la salud y deportistas.

“La recomendación de tomar la vitamina C para reforzar el sistema inmunitario ante pandemias como la Covid-19 ha aumentado el consumo. El limón comunitario producido en España, que además tiene mayor sabor y firmeza, se comercializa bajo las máximas garantías”, destaca José Antonio García, director de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (AILIMPO).

Kombucha, el sabor saludable que está de moda



Las bebidas obtenidas a base de té fermentado favorecen la alimentación saludable gracias al poder antiinflamatorio y saciante con el que cuentan sus componentes. Las variedades ofrecidas por la marca Viver Kombucha forman parte de esa categoría. “Encajan perfectamente dentro de esa alimentación saludable y antiinflamatoria que ayudaría al mantenimiento de un peso saludable que, tomada con conciencia, un vaso o unidad al día, es un excelente aliado para nuestra salud, mejor aún si lo hacemos en las primeras horas del día o después de hacer ejercicio”, expresó la nutricionista Gabriela Pocovi.

La experta destaca que la kombucha, al ser una fuente de probióticos y enzimas mejora la salud intestinal. Además, las bebidas que se elaboran con este hongo conceden la posibilidad de reducir el consumo de bebidas azucaradas “aportando al mismo tiempo un sabor diferente y agradable”. A diferencia de otros refrescos, los azúcares presentes en las bebidas de la kombucha son fermentables y no se convierten tan fácilmente en grasa corporal.

Momento decisivo para el sector europeo del huevo

España es uno de los principales productores y exportadores de huevos en la Unión Europea, por ello las políticas comunitarias que se aplican marcan el futuro del sector durante los años próximos. La asociación europea de comercializadores de huevos y ovoproductos (EUWEP) abordó durante su asamblea anual celebrada el pasado mayo en Madrid los desafíos que afrontan los productores.



Entre sus inquietudes destacaron la apertura del mercado comunitario de huevos y ovoproductos a importaciones de países terceros que no cumplen las "exigentes normas de la UE y, por ello, compiten con costes inferiores". Ante esta situación la EUWEP reclama que en las negociaciones de libre comercio abiertas por la Comisión se aplique el estatus de productos sensibles para los huevos y los ovoproductos y así se obligue a producir en las mismas condiciones, para garantizar una competencia justa. La anunciada desaparición de las jaulas, la revisión de las normas de comercialización, el impacto de la influenza aviar o de la guerra de Ucrania en el sector del huevo comunitario fueron varios de los asuntos abordados en el encuentro internacional celebrado tras dos años de pandemia.

Postres vegetales de Sojasun sin gluten ni lactosa

Sojasun lanza dos nuevas gamas de postres vegetales elaborados con leche de coco y leche de almendra, así como cuatro diferentes referencias -de coco natural y con chocolate; almendra natural y con fresas-. No contienen gluten, ni lactosa y los cuales se elaboran exclusivamente con productos naturales.

Se trata los primeros postres "sin soja" que distribuye la marca francesa en España. Con esta gama Sojasun refuerza también el compromiso de la marca con el comercio justo a la hora de incluir ingredientes en sus elaboraciones como el coco y el cacao. Productos fuente de fibra, calcio y proteínas vegetales con los que se trata de limitar el aporte de grasas saturadas y aumentar el de fibra, vitaminas y minerales.

El fabricante también ha diseñado una estrategia con el fin de renovar la identidad de la marca con el objetivo de hacerla más atractiva y sostenible. Para ello ha lanzado un logotipo, renovado el formato y fabricado envases ecológicos de cartón.



Nuevo diseño para etiquetar los jamones con sello de calidad



El Consorcio del Jamón Serrano Español (CSJE) realizó el diseño un nuevo sello con los fines de asegurar la selección a mano pieza a pieza de los mejores artículos que sus socios ofrecen, su certificación en todo el proceso productivo, y garantizar el origen español del jamón serrano.

El CSJE en la actualidad prioriza la promoción de sus actividades en Francia, Suecia, Australia, México, y EEUU. Seis de los más de 60 mercados internacionales donde se comercializa el jamón español, y en los que bajo el sello ConsorcioSerrano se garantiza al consumidor la calidad del producto. La cual ha sido certificada por la prestigiosa firma SGS. Para tales objetivos desarrolla reglamentos de producto, auditorías de plantas productoras, así como procesos de control y selección del jamón.

"Mediante este nuevo diseño, buscamos reforzar nuestra identidad como sello de calidad e incrementar nuestra capacidad para comunicar focalizándonos en diversos valores como la certificación, la selección, la autenticidad y el origen español", destacó Carlos del Hoyo, director de marketing y promoción del CSJE.

Grupo AGF celebra el 20 aniversario de Sandía Fashion

La marca Sandía Fashion® cumple 20 años en 2022. Con la misión de recuperar la confianza del consumidor en el producto, la Asociación Grupo Fashion (actualmente Grupo AGF Fashion S.L.) inició en 2002 el proyecto de crear una marca de consumidor desde la producción. En estos 20 años la marca Sandía Fashion® ha conseguido ganarse el reconocimiento y respeto de la distribución alimentaria y la confianza de los consumidores, por su sabor, siempre dulce desde el corazón a la corteza y por su garantía de calidad. Hoy Sandía Fashion® es el referente de la categoría en España y Europa. En estos 20 años, la marca Sandía Fashion® ha impulsado el cultivo en España y el cambio de los hábitos de consumo en toda Europa hacia la sandía sin semillas. La superficie del cultivo de sandía en la provincia de Almería ha crecido exponencialmente en estos años hasta convertirse en el segundo cultivo de por importancia. En la actualidad España es el mayor exportador mundial de sandía, en volumen y en valor de las exportaciones.



Hacia la soberanía alimentaria de la Unión Europea con los invernaderos solares



Surtir de frutas y hortalizas de calidad resulta imprescindible cuando se diseña una dieta sana y equilibrada. Sin los invernaderos solares situados en el sur de España no sería posible y por ello se trata de uno de los principales activos de la UE en la producción de frutas y hortalizas.

Estos alimentos en Europa cuentan con los máximos estándares de calidad avalados por certificaciones que garantizan la seguridad alimentaria y la sostenibilidad medioambiental. Más del 50% de los consumidores del continente considera que el cultivo en los invernaderos solares resulta seguro, saludable y se usan

métodos respetuosos con el medio ambiente. Todo ello se deduce de los datos que aporta el II Observatorio Europeo sobre la Percepción de las Frutas y Hortalizas elaborado en el marco del Programa Cute Solar. “Que España sea capaz de producir en los invernaderos solares productos frescos y naturales durante todo el año es un pilar básico en el mantenimiento de la soberanía alimentaria europea, que se ha demostrado muy necesaria. Tal y como nos han mostrado los recientes episodios vividos, es de especial importancia para Europa salvaguardar y potenciar modelos de producción europeos que promuevan la sostenibilidad ecológica, social y económica y aseguren un nivel suficiente de independencia alimentaria como Unión Europea”, declaran desde el consorcio de Cute Solar.

Las 3.300 horas de sol anuales, fuente de energía empleada en los invernaderos solares de España, garantiza la autosuficiencia energética y la sostenibilidad que aporta la energía limpia por excelencia.

El bacalao fresco se populariza en la gastronomía española

Cada vez resulta más habitual entre quienes consumen pescado incluir la ingesta del denominado "oro blanco" de Noruega en las dietas durante todo el año. El bacalao es un perfecto aliado de elaboraciones gastronómicas en cualquier periodo ya que es rico en Omega 3, vitaminas A y B12, selenio e Iodo. Su carne resulta muy magra y el 96% de las calorías que proporciona una porción de este pescado proviene de las proteínas.

"En la actualidad compartimos el sabroso pescado blanco de Noruega con el resto del mundo y, particularmente, con España, que se ha consolidado como uno de nuestros principales mercados", explicó el director del Consejo de Productos del Mar de Noruega en España, Bjorn-Erik Stabell. El bacalao fresco ofrece múltiples posibilidades para adaptarse al recetario tradicional, y a su vez integrarse en las elaboraciones culinarias más vanguardistas. Suele incluirse en ensaladas, tartares, y platos al horno entre otras muchas opciones.

El Consejo de Productos del Mar de Noruega destaca las siguientes recetas: Bacalao fresco noruego con patatas de pueblo; Bacalao fresco noruego en salsa de tomate y tomillo; y Bacalao fresco noruego rebozado con pimientos de piquillo.

Más información: <https://mardenoruega.es/recetas/>



Libros

"A tertúlia da Rua do Comércio", de João Barreta

Ed.: Book Hut Editors

João Barreta, uno de los mayores expertos en comercio de Portugal, y colaborador habitual de Distribición y Consumo, acaba de publicar el libro "A tertúlia da Rua do Comércio", que cuenta las palabras de una docena de protagonistas, en otros tantos capítulos, en un escenario como el del comercio de proximidad, al que hace referencia el título, con un elenco de figurantes y un guión, que, en palabras del autor, "se construyen, día tras día, siempre diferentes, a pesar de aparecer sucesivamente tan iguales todos, casi todos los días".



Eso no estaba en mi libro de historia de la cocina española, de Miguel Ángel Almodóvar

Ed.: Almuzara

Miguel Ángel Almodóvar recorre en este libro la evolución de la cocina española, desde las tortas de harina de bellota íbera al caviar esférico de melón de Ferran Adrià, desentrañando episodios olvidados de la cocina española como que los navegantes del siglo XVIII inventaron la receta de la mazamorra, «el gazpacho que vino del mar»; que la famosa tortilla de patatas deconstruida no es una creación de Adrià sino de su discípulo Marc Singla; que la reina María Luisa de Parma siempre comía sola porque tenía que quitarse su preciosa dentadura postiza de porcelana; o que Isabel II presumía de haberse comido cinco platos de pollo con arroz azafranado, algo muy similar a la paella, en una sola sentada.

