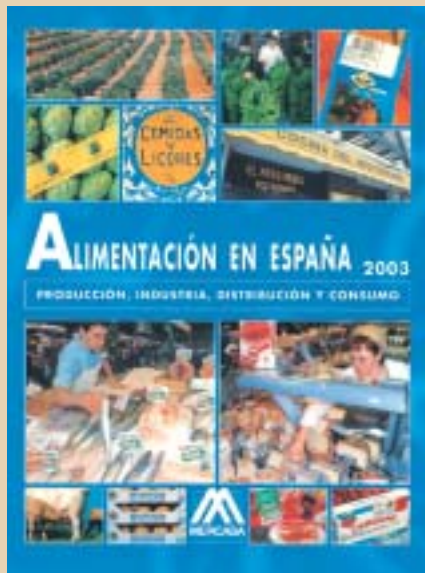


## El Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación presenta el informe anual de MERCASA “Alimentación en España 2003”



El Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Arias Cañete, presentó el pasado 22 de octubre el estudio “Alimentación en España 2003. Producción, Industria, Distribución y Consumo”, que elabora la Empresa Nacional MERCASA, en un acto que contó también con la presencia del Presidente de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), Ignacio Ruiz-Jarabo; el Presidente de MERCASA, Miguel Ramírez; y la Directora General de Alimentación, Begoña Nieto. Asimismo, participaron en este acto numerosos responsables de organizaciones sectoriales, entre los que cabe destacar a Jorge Jordana, Secretario General de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), y Fernando Moraleda, Secretario General de la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA). MERCASA viene realizando este estudio con carácter anual desde 1998, y está recogido en un libro de más de 500 páginas, en las que se agrupa toda la información estadística y documental disponible y más actualizada, sobre todos los eslabones de la cadena alimentaria, utilizando en cada caso las fuentes estadísticas, públicas o privadas, más reconocidas y fiables.

Para la edición de este informe, MERCASA viene contando desde el principio con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, las Consejerías de Agricultura de las Comunidades Autónomas, las asociaciones integradas en Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), y los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen, Específicas, Indicaciones Geográficas, etc.

En el acto de presentación, el Presidente de MERCASA realizó un análisis detallado de las principales magnitudes de todos los eslabones de la cadena alimentaria, para concluir que “el análisis de los hábitos de compra y consumo alimentario durante los últimos años confirma que los españoles apostamos cada vez con más claridad por la calidad y la seguridad en los alimentos;

y que la demanda que más crece se centra, de una parte, en los productos más representativos de la dieta mediterránea –frutas, hortalizas, aceite de oliva, pescados, carnes de calidad...– y, por otra parte, en los platos preparados o que exigen una mínima elaboración para ser consumidos. Una tendencia que refleja, en primer lugar, la triple influencia de factores económicos, sociales y culturales en los hábitos alimentarios. La mejora de los niveles de renta se traduce en una mayor preocupación por una alimentación de calidad.”

Por su parte, el Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, resaltó que la publicación de MERCASA “se ha convertido en un punto de referencia para todos aquéllos que muestren interés por un sector con marcada presencia en nuestra economía y que ha sabido adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado y a las demandas de los consumidores, cada vez más exigentes y conocedores de las características y propiedades de los alimentos que consume.”

“Nuestros consumidores –afirmó Arias Cañete– cada vez se muestran más expertos en sus decisiones de consumo y han ampliado sus conocimientos en las características nutricionales de los alimentos, así como en la influencia beneficiosa de la alimentación en la salud. De estas pautas de consumo se deduce que el panorama alimentario español continúa siendo optimista, lo que repercute directamente en una mejora de las actividades de producción, transformación, así como de los canales de distribución.”

“Por esa razón, tanto la Administraciones como el sector productor y distribuidor deben volcar sus esfuerzos en la dirección de conseguir una producción alimentaria que vaya estrechamente ligada al concepto de calidad, en el marco de una economía cada vez más competitiva, donde el mercado cada vez está más especializado y documentado.”

### ■ Presentado el Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural

El Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Arias Cañete, presentó el pasado 24 de noviembre el Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural, que contiene un diagnóstico detallado del sector agrario español, realizado a partir de un proceso de debate abierto con todos los agentes implicados en la actividad agraria, donde han jugado un papel fundamental la celebración de una serie de jornadas temáticas, que comenzaron en marzo de 2002, y en las que se abordaron aspectos tales como las estructuras agrarias, el mundo rural, la empresa agraria, el cooperativismo y el régimen jurídico de las relaciones agrarias.

La redacción del Libro Blanco se ha estructurado en tres análisis básicos. El primero de ellos es un estudio horizontal, donde se abordan los aspectos económicos del sector agrario e introduce un análisis medioambiental, del medio rural y sobre las relaciones institucionales y la interlocución sectorial. Un segundo análisis se centra en los aspectos sectoriales (agrícolas, ganaderos y medios de producción) y el tercero se refiere al análisis territorial de la actividad agraria y del medio rural. Por último, el Libro Blanco se cierra con unas recomendaciones y propuestas generales de carácter institucional.



### ► SAL-HOREQ 2003 reunió a 484 expositores



La Semana de la Alimentación (SAL) y la Semana de la Hostelería y el Equipamiento (HOREQ), celebradas en el Parque Ferial Juan Carlos I de Madrid del 15 al 20 de octubre, contaron con la presencia de 484 expositores directos. La Semana de la Alimentación (SAL), que tuvo lugar del 15 al 18 de octubre, contó con la participación de 177 empresas en una superficie expositora de 12.455 metros cuadrados, mientras que la Semana de la Hostelería y el Equipamiento (HOREQ), que se desarrolló del 17 al 20 de octubre, ocupó una superficie de 16.824 metros cuadrados en los que se dieron cita 307 empresas expositoras. Entre los stands que recibieron mayor número de visitas destacaron los de MERCAMADRID y MERCASA, que acercaron a los profesionales del sector la realidad del comercio mayorista de alimentos frescos.

### ■ El FROM promociona el pescado congelado

El FROM ha invertido más de un millón de euros en su última campaña para la promoción del consumo de pescado congelado, que se presentó el pasado 8 de octubre en la feria Conxemar 2003, celebrada en Vigo. La campaña, bajo el lema "Pescado congelado, de mil maneras", trata de transmitir las ventajas de los pescados y mariscos congelados de forma divertida, enfatizando todos los posibles usos de estos productos en la dieta diaria.

### ■ Campaña conjunta de los quesos de Francia y los vinos españoles



Por primera vez, la campaña de promoción de los Quesos de Francia se está realizando en España de forma conjunta con los vinos con

denominación de origen de Ribera del Duero, Somontano, Jerez y Penedés. La campaña durará hasta marzo de 2004 e incluye la publicación de una guía, con 700.000 ejemplares, para llegar al mayor número posible de consumidores españoles.

### ■ El FROM premia a la mejor receta de trucha

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través del FROM, la Organización de Productores Piscicultores y la Interprofesional de la Trucha Aquapiscis, ha impulsado una campaña de promoción para dar a conocer la trucha entre los consumidores. La campaña, divulgada a través de diferentes medios de comunicación, recibió cerca de mil recetas distintas y el premio, consistente en una estancia de fin de semana para dos personas en el Hotel Balneario de La Toja, fue entregado por la secretaria general del FROM, María Isabel Hernández.



### Nestlé concentra su negocio de helados bajo una única marca

Nestlé ha decidido concentrar sus dos marcas de helados en España, Camy y Miko, bajo un solo nombre, que coincide con el de la compañía, y que empezará a operar a partir de 2004. Nestlé tiene previsto apoyar el lanzamiento de la marca de helados Nestlé con un ambicioso plan de marketing que será muy superior



a la suma de lo que hasta ahora venían haciendo Camy y Miko por separado. Para ello, los helados Nestlé contarán con una nueva imagen corporativa, en la que predomina el color azul, y un nuevo cartel, que reunirá los helados de mayor éxito de Camy y de Miko, además de incorporar importantes novedades.

### La IGP Cítricos Valencianos comercializó 5.900 toneladas en la campaña 2002/03

La Indicación Geográfica Protegida Cítricos Valencianos comercializó durante la campaña 2002/2003 cerca de 5.900 toneladas de cítricos, el 51% más que en la campaña anterior. Junto a ello, también se ha producido un aumento en el número de productores, que han pasado de 4.645 en la campaña 2001/02 a 5.396 en 2002/03, así como de la superficie inscrita en la IGP, que ha alcanzado las 69.079 anegadas en la última campaña, frente a las 54.773 de 2001/02. También ha habido un incremento importante en cuanto al número de almacenes inscritos, pues si la campaña anterior se cerraba con 13 almacenes, el presente ejercicio ha contado con 22 almacenes inscritos.



### COVAP obtuvo un beneficio de 5,4 millones de euros en 2002

La Cooperativa Ganadera del Valle de los Pedroches (COVAP) obtuvo en 2002 un beneficio de 5,4 millones de euros, mientras que los fondos propios alcanzaron los 59,6 millones de euros, un 10% más que el año anterior. En cuanto a la cifra de negocio por actividades, 81 millones de euros correspondieron a la industria láctea, 68 millones a la alimentación animal, 8,9 millones a la industria del credo ibérico, 6,9 millones al centro de tipificación de terneros, 6,8 millones al centro de tipificación de corderos y 2,2 millones de euros a tiendas.

### La Fundación Sabor y Salud reparte más de 3.000 kilos de frutas en su tercera campaña "Tus Amigos más Sanos"



Con el objetivo de potenciar el consumo de frutas y hortalizas frescas entre los más pequeños, la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Generalitat Valenciana y la Fundación Sabor y Salud han organizado este otoño la tercera edición de "Tus Amigos más Sanos", la campaña de educación alimentaria para los escolares de la Comunidad Valenciana.

La presente edición, ha contado con la colaboración de 24 centros escolares de Castellón, Alicante y Valencia, y ha llegado a 10.000 niños.

### Antonio Banderas promocionará el aceite de oliva Hojiblanca en el mundo

El actor malagueño Antonio Banderas promocionará el aceite de oliva virgen extra Hojiblanca por el mundo tras la firma de un acuerdo entre la empresa que representa al artista, Mediterranean Brands, y la cooperativa con sede en Antequera (Málaga). Antonio Banderas entrará a ser socio impulsor del aceite de oliva virgen extra, prestando su apoyo para el lanzamiento de los productos del grupo Hojiblanca y favoreciendo la internacionalización del aceite malagueño y andaluz.



### Agroles se convierte en la primera cooperativa mixta



La Cooperativa de segundo grado Agroles, dedicada a la comercialización de aceite de oliva virgen extra y de frutos secos, se ha convertido en la primera cooperativa española de régimen mixto al

aceptar la incorporación de inversores privados en una ampliación de capital de 300.000 euros, que ya ha sido suscrita en su totalidad. Con esta transformación, Agroles pretende seguir vinculada al territorio pero con una nueva distribución del voto. Así, el 51% del accionariado seguirá en manos del sector productivo, mientras que el 49% restante pasa a manos de un amplio abanico de inversores privados.



**Sikig, empresa líder de kiwi francés, entra en el mercado español de la mano de Eurobanan**

La empresa líder de producción de kiwi francés, Sikig, está reforzando su presencia en el mercado español a través de la empresa mayorista de distribución Grupo Arc Eurobanan. Sikig está formada por 170 agricultores, que producen más de 8.500 toneladas de kiwi, en 400 hectáreas, el 90% de las cuales está localizada en el valle de l'Adour, en el país vasco francés, y cuenta con una denominación de origen.



**Convocada la XXXIII Edición de la European Marketing Academy Conference**

La European Marketing Academy (EMAC), asociación profesional encargada de promover el intercambio internacional de resultados e ideas en marketing, ha convocado la XXXIII Edición de la European Marketing Academy Conference, que tendrá lugar del 18 al 24 de mayo de 2004 en el Palacio de Congresos y Exposiciones de la Región de Murcia. Estas reuniones congregan en la actualidad a más de 600 profesionales de más de 40 países de todos los continentes, y han sido organizadas por prestigiosas universidades de diferentes países europeos. En el caso de esta XXXIII edición, el país elegido ha sido España, que ya la había organizado también en 1993, y los responsables de su organización serán los profesores del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia, en colaboración con profesores de las Universidades Miguel Hernández, de Almería, y Politécnica, de Cartagena.

**"Dieta en Crema de Mamia" de Bajamar**



Bajamar ha lanzado la "Dieta en Crema de Mamia", una variedad de cremas pensadas para satisfacer las necesidades nutricionales de los adultos. Estas nuevas cremas, bajas en sodio y en colesterol, elaboradas con aceite de oli-

va y que no contienen conservantes ni colorantes, son el resultado de un proyecto de investigación para mejorar la calidad de vida de las personas a través de una alimentación equilibrada. La Dieta en Cremas de Mamia se presenta en diez variedades saladas distintas, entre las que se pueden encontrar platos como ternera a la jardinera, merluza con gambas o pollo al chilindrón, entre otras, y seis variedades dulces.

**El Ministerio de Agricultura celebra el 25 aniversario de la Constitución con una exposición editorial**

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha conmemorado el 25 aniversario de la Constitución con una exposición sobre la producción editorial del departamento en los últimos veinticinco años. La exposición ha querido ser en un homenaje a los agricultores, ganaderos y pescadores españoles, para lo cual se han recogido tanto las ediciones facsimiles de los grandes clásicos en la materia como las obras más recientes sobre la realidad actual del sector.



**Vinícola de Tomelloso, mejor pyme agroalimentaria de Castilla-La Mancha**

La cooperativa Vinícola de Tomelloso ha recibido el premio a la mejor pequeña y mediana empresa agroalimentaria de Castilla-La Mancha, que concede la empresa de distribución Carrefour y que fue entregado el pasado 20 de noviembre por el presidente de Carrefour, Rafael Arias Salgado, y la Consejera de Agricultura de Castilla-La Mancha, Mercedes Gómez. Vinícola de Tomelloso fue elegida por votación de los clientes de Carrefour, que entre los días 4 y 13 de septiembre pasados visitaron la II Campaña de Productos de Castilla-La Mancha.



**Feria Internacional de Logísticas Especializadas en Zaragoza**

La I Feria Internacional de Logísticas Especializadas, que tendrá lugar en Feria de Zaragoza del 23 al 26 de marzo de 2004, contará con tres salones diferenciados: Logis Stock o Feria Internacional de Manutención y Almacena-



je; Logis Trailer o Feria Internacional de Carrocería Industrial y Transporte por Carretera; y Logis Modal o Feria Internacional de Logística Integral. Junto a estos tres salones, se celebrarán una serie de jornadas técnicas y el IV Foro Internacional Pilot, cuya finalidad es dinamizar y crear iniciativas de progreso en el área empresarial de la logística integral. La Feria ha sido promovida por el Gobierno de Aragón, a través del Instituto Aragonés de Fomento; por Plaza, que es la mayor plataforma logística de Europa; y por Feria de Zaragoza.

► **CERTICAR amplia el alcance de su acreditación por ENAC**

La certificación de productos cárnicos CERTICAR cuenta, desde el pasado 4 de julio, con la acreditación por ENAC para la Especialidad Tradicional Garantizada Jamón Serrano, según el Reglamento (CE) 2419/1999, además de la acreditación de treinta pliegos de condiciones de etiquetado facultativo de carne de vacuno, en función del Reglamento (CE) 1760/2000.



► **OM-Pimespo inaugura sus remodeladas instalaciones en Madrid**



OM-Pimespo-Ibercarretillas, filial española de OM-Pimespo del grupo Linde, inauguró el pasado 29 de octubre la remodelación de las instalaciones que la empresa tiene en Fuenlabrada (Madrid), y que cuentan con una superficie de más de 1.000 metros cuadrados. Esta

empresa facturó 33.557 millones de euros en el ejercicio 2002 y entregó a sus clientes 1.590 unidades de carretillas elevadoras.

► **Soignon fabricó 13.900 toneladas de queso de cabra en 2002**

La compañía francesa Soignon fabricó 13.900 toneladas de queso de cabra en 2002, el 23% de la producción francesa de este producto. De esta cantidad, Soignon exportó 3.013 toneladas, siendo los principales mercados Estados Unidos con el



25,6% del queso exportado (772 toneladas), Reino Unido con el 25,3% (763 toneladas), Alemania con el 15% (452 toneladas) y España con el 4,5% (136 toneladas). En cuanto a Fromadal, filial española de Soignon, prevé terminar el ejercicio 2003 con la comercialización en el mercado español de 250 toneladas de queso de cabra, el 35% más que en 2002, en el que se vendieron 185 toneladas.

► **Applus+ compra Cayacea y ECAL y entra en el sector de la certificación agroalimentaria**

Applus+, multinacional española del sector de la certificación, ha creado la nueva línea de negocio Applus+ Agroalimentario, tras la adquisición de las empresas Laboratorio Cayacea y la Entidad Certificadora de Alimentos de España (ECAL). Applus+ Agroalimentario ofrece un servicio integral de control y certificación de calidad y seguridad alimentaria.

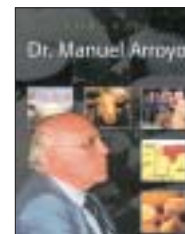
■ **Diccionario de Distribución Alimentaria**

Información y Distribución Anual, INDISA, acaba de publicar el Diccionario de Distribución Alimentaria, una obra que recopila voces y locuciones relacionadas con el sector agroalimentario, la industria transformadora, la logística y el transporte, el comercio y sus distintas variables, el marketing y la publicidad y, por supuesto, los consumidores y usuarios. El diccionario está estructurado en cinco apartados: términos propiamente dichos, empresas de distribución, organismos y asociaciones del sector, legislación vigente y anexos.



■ **Libro Homenaje a Manuel Arroyo**

Ediciones Ayala acaba de publicar un Libro Homenaje a Manuel Arroyo, auspiciado por la revista Industrias Lácteas Españolas, al cumplirse el 25 aniversario de su fundación, en reconocimiento a la importante labor realizada por Manuel Arroyo para esta revista.



■ **Pan de molde Integral Silueta Multi-Fibra se adhiere al programa Beneo**



El Pan de Molde Integral Silueta Multi-Fibra se acaba de adherir al programa Beneo, una línea de ingredientes vegetales activos, con múltiples propiedades nutricionales, que se encuentran en muchos de los productos de consumo habitual. Este pan de molde contiene varias clases de fibras: fibra de trigo, que ayuda a mejorar el tránsito intestinal; fibra mediterránea, que reduce el colesterol; y Beneo, que actúa positivamente sobre el sistema digestivo y estimula las defensas naturales de la flora intestinal.

■ **Pastas Alimenticias Romero prevé facturar 18 millones de euros en 2003**

Pastas Alimenticias Romero finalizará 2003 con una facturación de 18 millones de euros, el 12,5% más que en 2002. Asimismo, se consolida como la tercera compañía del sector en cuanto a capacidad de producción tras la puesta en marcha de la totalidad de sus nuevas instalaciones, llegando a producir cerca de 225 toneladas de pasta al día.