

### ► Javier de Paz Mancho, nuevo Presidente de MERCASA

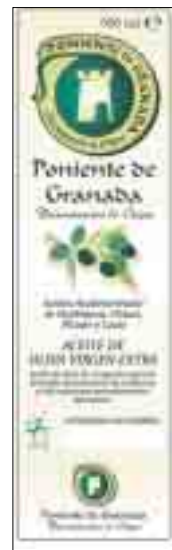


El Consejo de Administración de la Empresa Nacional MERCASA eligió el pasado 25 de mayo a Javier de Paz Mancho como nuevo presidente de la sociedad. Nacido en Valladolid en 1958, el nuevo presidente de MERCASA ya fue consejero y vicepresidente de la empresa entre 1993 y 1996. Javier de Paz Mancho procede del Grupo Panrico Donuts, donde era desde 1996 adjunto al presidente y director de Estrategia Corporativa. También ha

sido, entre 1993 y 1996, director general de Comercio Interior y presidente del Observatorio de la Distribución Comercial; secretario general de la Unión de Consumidores de España (UCE) entre 1990 y 1993; y secretario general de las Juventudes Socialistas entre 1984 y 1990. Asimismo, ha sido miembro del Consejo Económico y Social (CES), consejero de la Mutua de Accidentes de Zaragoza (MAZ) y del Grupo Panrico. Desde 2003 es presidente de la Patronal de Bollería de Marca (COE).

### ► El Ministerio de Agricultura ratifica la D.O. Poniente de Granada

El pasado 14 de abril el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación publicó en el Boletín Oficial del Estado (BOE) el reconocimiento de la Denominación de Origen Poniente de Granada, que ampara los aceites de oliva virgen extra producidos en los municipios integrados dentro de la comarca del Poniente Granadino. El proyecto de la Denominación de Origen se gestó en 1998 a través de la Asociación de Productores de Aceite del Poniente de Granada. La actividad de certificación de su Consejo Regulador se ha iniciado en la presente campaña, para la que existen inscritos unos 5.000 agricultores con una superficie de 25.000 hectáreas, 15 almazaras y 14 envasadoras. Los aceites de esta marca de calidad son frutados, con aromas florales, muy equilibrados al paladar y con sabores amargos, dulces y picantes en boca.



### ► La Junta de Andalucía presenta el logotipo de Alimentos con Calidad Garantizada

La Junta de Andalucía presentó el pasado 16 de abril en Madrid el logotipo de la marca Calidad Certificada, que aglutina los productos agroalimentarios de la región amparados por figuras autorizadas como denominaciones de origen, producción ecológica, vino de la tierra o normas de calidad. El logotipo, que consta de una "A" de alimentos y de Andalucía y de una "C" de calidad y de certificación, pretende identificar de forma homogénea los productos de calidad en un mercado en el que hay una gran oferta y muchos logotipos, y facilitar así al consumidor el reconocimiento del producto. En la actualidad, son ya 131 empresas las que están asociadas a esta marca, con más de 300 productos de los principales sectores como frutas y hortalizas, cárnicas, aceites, vinos, pescados, conservas, entre otros.



Con el mensaje "En Andalucía tenemos mucha calidad", se ha desarrollado un plan de comunicación para el año 2004 que se acompañará con campañas en grandes superficies como Carrefour Andalucía, Alcampo Nacional, Corte Inglés e Hipercor, donde se repartirán folletos explicativos de la marca y de la iniciativa.

### Hacienda Solano presenta la nueva cosecha 2003

La bodega familiar Hacienda Solano, fundada a principios del siglo XX, ha puesto en el mercado 30.000 botellas de vino tinto de la cosecha de 2003, una producción limitada procedente exclusivamente de viñedos centenarios de Tempranillo, que se han conservado



gracias a la difícil orografía de esta zona norte de Ribera de Duero. La hacienda familiar conserva todavía algunas minúsculas parcelas de cepas prefiloxéricas que sobrevivieron a esta plaga de insectos hace ya más de cien años. Los tintos jóvenes y envejecidos en roble, de color intenso, con irisaciones moradas, resultan agradables en boca, de aroma muy delicado y de acidez equilibrada. Hacienda Solano ha comenzado a distribuir entre sus clientes una selección especial de 2.000 botellas de tinto de la cosecha de 2002. Esta bodega recuperó su actividad y su marca el pasado año, después de cuatro décadas integrada en una estructura cooperativa, habiendo tenido una gran acogida tanto en la restauración como en la crítica gastronómica especializada.

### El Grupo Patatas Naturales inaugura una nave en Mercamadrid

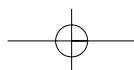
El Alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón, inauguró el pasado 4 de mayo la nueva nave del Grupo Patatas Naturales ubicada en Mercamadrid.



Acompañado por diversas autoridades, el alcalde realizó una completa visita a la nueva nave del grupo, cuya superficie

supera los 8.500 metros cuadrados y permite el tratamiento de más de 15 millones de kilos al mes. En esta nave hay cámaras de climatización, laboratorios de control de calidad, cuatro líneas automatizadas de funcionamiento continuo, 10 pesadoras y 20 envasadoras.

El grupo Patatas Naturales cuenta con una cuota de mercado de patatas en España superior al 35% y sus ventas en el pasado ejercicio superaron los 17 millones de kilos.



## Notas de Prensa / Noticias

### Celebrada la feria "Los sabores de la Tierra del Quijote"

Con el fin de promocionar la gastronomía, la cultura y el turismo de interior de Castilla-La Mancha, la localidad ciudadrealeña de Alcázar de San Juan acogió del 7 al 9 de mayo la feria de la alimentación y artesanía "Los sabores de la Tierra del Quijote". La feria de este año 2004 se ha concebido como la edición cero, pues la primera edición se celebrará en 2005 coincidiendo con el cuarto centenario de la publicación del Quijote, certamen que también se completará con actuaciones de grupos teatrales que recrearán el ambiente quijotesco. La celebración de este certamen, que ha tenido un presupuesto de 90.000 euros, surgió desde el Consistorio de Alcázar de San Juan y contó con la colaboración y participación del Gobierno regional.



### Campaña de promoción del Melón de La Mancha

La Asociación para la Promoción del Melón de La Mancha desarrollará en la presente campaña un ambicioso programa de actividades de promoción y de divulgación del melón entre los consumidores. Además de la presencia en los puntos de venta, la Asociación organizará un concurso de dibujo escolar, celebrará la segunda edición del Concurso de Cata, y editará una segunda revista de recetas de platos elaborados con melón para distribuir entre los hosteleros de la región.

### El salmón salvaje de Alaska, en el Salón del Club de Gourmets

Coincidiendo con el inicio de una nueva temporada de la pesca del salmón salvaje, el Alaska Seafood Marketing Institute estuvo presente en el Salón Internacional del Club de Gourmets, que tuvo lugar del 19 al 22 de abril en la Casa de Campo de Madrid. En su stand se pudo degustar el sabor del salmón salvaje (crudo, cocido y ahumado) y de otros productos del mar de Alaska, así como descubrir el amplio abanico de posibilidades gastronómicas que ofrece. En este sentido, los numerosos profesionales de la hostelería y restauración que se dieron cita en el stand del Alaska Seafood Marketing Institute coincidieron en alabar la calidad de los productos del mar de Alaska y pudieron saborearlos en las diversas presentaciones que allí orquestó el chef japonés Hiroo Miki a base de salmón salvaje y caviar de salmón.



### El Salón Internacional de la Logística alcanza los 1.500 millones de euros de negocio

El Salón Internacional de la Logística (SIL), celebrado del 25 al 28 de mayo en Barcelona, calcula que el valor de las operaciones entre empresas logísticas concertado en los cuatro días de la feria puede elevarse a más de 1.550 millones de euros, y más de 35.000 profesionales del sector han visitado sus 70.000 metros cuadrados de exposición, lo que le sitúa en segundo lugar entre los salones logísticos de Europa. Para Enrique Lacalle, presidente del SIL, "el salón se ha convertido en la cita obligada del sector logístico y los datos de este año avalan la idea de aumentar la extensión del salón en la nueva convocatoria de 2005 con el objetivo de alcanzar los 80.000 metros cuadrados de espacio de exposición".



### Alimentaria Castilla y León celebrará su décima edición en marzo de 2005



La Feria de Valladolid celebrará en marzo de 2005, en concreto del 6 al 10, la décima edición de Alimentaria Castilla y León, un certamen de periodicidad bienal que en cada convocatoria despierta el interés de los colectivos profesionales vinculados al sector agroalimentario, tanto expositores como visitantes. Esta nueva edición incorporará el nuevo pabellón de la Feria de Valladolid,

que cuenta con más de 9.000 metros cuadrados de exposición. La agenda de Alimentaria Castilla y León incluye, además, una serie de actividades que contribuyen a rentabilizar el tiempo de trabajo de quienes acuden a este Salón, como el Club del Comprador, áreas específicas para la presentación y divulgación de nuevos productos, misiones comerciales con importadores, conferencias y catas de productos amparados bajo sellos de calidad, entre otras.

### El sector del vidrio facturó 625,8 millones de euros en 2003, un 3,85% más

El sector del vidrio facturó 625,8 millones de euros en el ejercicio de 2003, un 3,85% más que el año anterior, en el que la cifra de negocio se situó en 602,6 millones de euros. La Asociación Nacional de Empresas de Fabricación Automática de Envases de Vidrio (ANFEVI), cuyas empresas asociadas representan más del 98% de la producción nacional de envases de vidrio, pusieron en el mercado diariamente 18,6 millones de recipientes y vendieron 6.797 millones de envases en total, lo que supone un incremento del 3,6% respecto a 2002. Entre los sectores del vidrio, el de los tarros es el que tuvo un mayor desarrollo pues creció un 32% en el periodo 1999-2003, al pasar de 1.383 a 1.827 millones de unidades.

### OM Pimespo/Ibercarretillas, presente en el SIL 2004

OM Pimespo/Ibercarretillas, filial española de OM Pimespo para la venta, alquiler y asistencia de carretillas elevadoras, estuvo presente en la VI Edición del Salón Internacional de la Logística (SIL), que se celebró en Barcelona del 25 al 28 de mayo. En esta edición, la compañía ha contado con un stand de 120 metros cuadrados dedicado al sector de Manutención, uno de los más importantes de este salón, y en el que se mostraron varios modelos de carretillas frontales eléctricas, diésel y de interior. Asimismo, en la plaza Universo se hicieron demostraciones en directo del manejo de algunos de los modelos de carretillas de OM Pimespo.



### Fruit CMR abre un punto de venta en Mercamadrid

Fruit CMR, como parte de su política de expansión, ha adherido a su red comercial el punto de venta que la empresa Comercial Infinita poseía hasta la fecha en el mercado mayorista de Mercamadrid. Con esta incorporación, la empresa pasa a disponer de un total de 4 puntos de venta, para un total de 20 puestos y 2.000 metros cuadrados de superficie de venta en mercado central mayorista, que quedan distribuidos entre Mercabarna, donde posee 3 puntos de venta y 16 puestos, y Mercamadrid, con este nuevo punto de venta y 4 puestos.

### Cultivar presenta la nueva campaña de comunicación de la Fundación "5 al Día"

Cultivar se reunió el pasado 16 de abril en Barcelona y el 21 de abril en Madrid con un grupo de detallistas de frutas y hortalizas para presentarles la nueva campaña televisiva de la Fundación "5 al Día", que se acompañará de publicidad en prensa y en los puntos de venta a partir del mes de mayo. Los responsables de Cultivar mostraron su deseo de que la presente campaña tenga un importante impacto sobre la sociedad mostrando los beneficios para la salud del consumo diario de frutas y hortalizas.

Asimismo, Cultivar ha llevado a cabo durante el mes de mayo una campaña para promocionar el consumo de frutos del bosque en España, de la mano del mayor productor de berries del mundo: Hortifrut. La campaña ha tratado de mostrar al consumidor las cualidades de esta gama de productos, muy ricos en antioxidantes y vitaminas, con delicado sabor y atractivo color.



### Sevilla acogerá en octubre el IX Congreso Español de Centros Comerciales



La Asociación Española de Centros Comerciales (AECC) celebrará del 13 al 15 de octubre en Sevilla el IX Congreso Español de Centros Comerciales bajo el lema "Estilo de Vida", con el que quiere rendir homenaje a los 1.200 millones de personas que cada año visitan los centros comerciales de nuestro país. El Congreso dedicará especial atención a profundizar en la fórmula que ha permitido encontrar el éxito a 28.000 comerciantes que se

han instalado en algunos de los 477 centros comerciales que hay en España.

Este foro servirá, además, para analizar las tendencias del consumo moderno y cómo cohesionar y dar vigor a los centros de ciudad a través de la fórmula de los centros comerciales, que está contribuyendo al crecimiento económico, la creación de empleo y el control de la inflación.