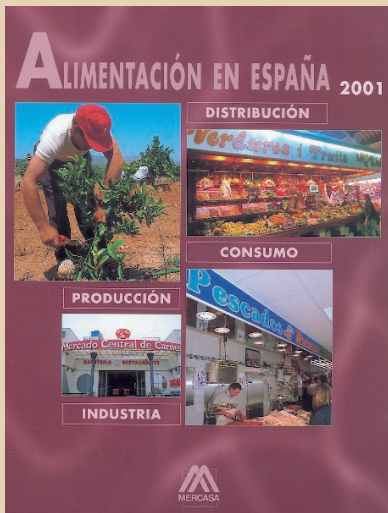


MERCASA realiza una nueva edición del libro "Alimentación en España 2001. Producción, Industria, Distribución y Consumo"

La Empresa Nacional MERCASA ha realizado una nueva edición del libro "Alimentación en España 2001. Producción, Industria, Distribución y Consumo", que se elabora por cuarto año consecutivo y que actualiza y amplía la información recogida en las tres ediciones anteriores. Para la realización de este estudio, MERCASA ha vuelto a contar con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, las Consejerías de Agricultura de las Comunidades Autónomas, la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y las diferentes asociaciones sectoriales que la componen, y los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas, etc.

El libro, que en esta edición tiene 480 páginas, agrupa toda la información estadística y documental disponible y más actualizada, sobre producción, industria, distribución y consumo de alimentos en España, utilizando en cada caso las fuentes estadísticas, públicas o privadas, más reconocidas y fiables.



El objetivo final es contribuir a un mejor conocimiento de la realidad alimentaria española, para lo cual el estudio estructurado como un manual de consulta rápida, con una doble vertiente de análisis: por sectores y por Comunidades Autónomas "Alimentación en España 2001. Producción, Industria, Distribución y Consumo" incluye también artículos de presentación a cargo del Subsecretario de Agricultura, Pesca y Alimentación, Manuel Lamela, y el Presidente de MERCASA, Miguel Ramírez; junto a una colaboración especial del experto en nutrición y gastronomía Ismael Díaz Yubero, sobre "El papel de España en la alimentación mundial".

El libro, que en esta edición tiene 480 páginas, agrupa toda la información estadística y documental disponible y más actualizada, sobre producción, industria, distribución y consumo de alimentos en España, utilizando en cada caso las fuentes estadísticas, públicas o privadas, más reconocidas y fiables.

Campaña de promoción de la acuicultura



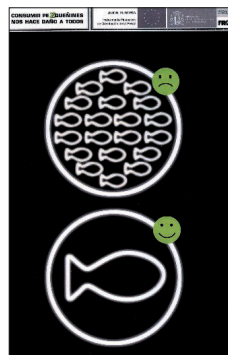
Con el fin de dar a conocer la gran variedad de productos pesqueros procedentes de la acuicultura marina y continental, la Unión Europea, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través del FROM, y el sector de la acuicultura, pusieron en marcha el pasado mes de julio una campaña de promoción de estos cultivos, entre los que se encuentran la dorada, la lubina, el rodaballo y la trucha. Esta

campaña, bajo el lema "Pescados de Crianza, Pescados de Confianza", está dirigida al consumidor directo de estos productos y también al sector que participa en la cadena de comercialización, incluyendo tanto a la restauración como a los mercados o el punto de venta, y tiene como objetivo el de difundir la calidad de estos productos y su disponibilidad en el mercado durante todo el año. Esta iniciativa ha contado con un presupuesto de 1,51 millones de euros (252 millones de pesetas).

VII Semana Europea de la Calidad

La Asociación Española para la Calidad (AEC), siguiendo las directrices marcadas por la Plataforma Europea para la Calidad formada por la European Organization for Quality (EOQ) y la European Foundation for Quality Management (EFQM) ha convocado la VII Semana Europea de la Calidad, que este año se celebra con el lema "Calidad sostenible para el nuevo siglo", y cuyos actos lidera desde el inicio, como Presidente de Honor, D. Felipe de Borbón, Príncipe de Asturias.

El FROM vuelve a insistir sobre el respeto a las tallas mínimas del pescado



El FROM ha puesto en marcha una campaña sobre el consumo de pescado de edad inmadura, conocidos popularmente como "pezqueñines". El objetivo básico de esta iniciativa, desarrollada durante los tres meses del verano, ha sido concienciar a los ciudadanos sobre

la necesidad de respetar las tallas mínimas establecidas por la Unión Europea en la captura de pescado para poder así defender nuestros recursos pesqueros, conseguir una explotación sostenible y recuperar las pesquerías, así como sensibilizar al ciudadano para crear corrientes de opinión y actitudes contrarias al consumo de ejemplares inmaduros. El coste total de la campaña, desarrollada a través de anuncios publicitarios en televisión, radio, revistas, vallas y marquesinas, ha ascendido a 2,85 millones de euros (475 millones de pesetas), de los que un 70% han sido aportados por la Unión Europea.

Campaña para recuperar la confianza en el consumo de carne de vacuno



La Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid, a través de la Dirección General de Agricultura, ha puesto en marcha en el mes de octubre una campaña que busca recuperar la confianza en el consumo de la carne de vacuno en esta Comunidad Autónoma, según informó el director general de este departamento, Juan José Gracia, en un acto de presentación celebrado en el Casi-

no de Madrid el pasado 25 de septiembre. La campaña, con el lema "Sólo la más sana llega a tu mesa", va a consistir en inserciones publicitarias en diferentes medios de comunicación, para lo que se han destinado unos 475.000 euros (cerca de 80 millones de pesetas), con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y en acciones de promoción en distintos puntos de venta.

El Queso Mahón-Menorca gana el premio "Mejores Quesos Españoles 2001"



La Denominación de Origen Protegida Queso de Mahón-Menorca, elaborado por la Cooperativa Insular Ganadera de Menorca (COIN-GA), ha sido galardonado con el primer premio en el concurso "Mejores Quesos Españoles", creado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, dentro del

grupo de quesos industriales puros de vaca y pasta prensada. Este galardón se une al segundo y tercer premio que este queso obtuvo el pasado año en el Concurso Nacional de Quesos "Premios Cincho", convocado por la Junta de Castilla y León.

Aldeasa crece un 15% durante el primer semestre de 2001

El grupo Aldeasa, empresa concesionaria de tiendas en los aeropuertos españoles, ha obtenido durante los seis primeros meses del año 2001 unos ingresos de 243,4 millones de euros (40.507 millones de pesetas), lo que supone un crecimiento del 15,1% respecto al mismo periodo del año anterior. El beneficio neto, situado en 11,7 millones de euros (1.950 millones de pesetas) supone un aumento del 11,5% con respecto al primer semestre del año 2000. Por su parte, las ventas acumuladas en la actividad comercial aeroportuaria se han incrementado un 23,9%, alcanzando una cifra de negocio de 227 millones de euros (37.764 millones de pesetas).

Sin embargo, el crecimiento más notable se registra en los ingresos obtenidos en los aeropuertos no españoles donde Aldeasa opera. Este negocio ha aportado a la compañía un volumen de ingresos superior a los 38,6 millones de euros (6.413 millones de pesetas), un 60% más que en el mismo periodo del año anterior.

MUELOLIVA obtiene el certificado de calidad ISO 9002

La empresa cordobesa Mueloliva, S.L., dedicada a la elaboración y envasado de aceite de oliva virgen extra, aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceite de girasol, ha obtenido el Certificado de Calidad de Aenor ISO 9002:1994. Este certificado se une a los numerosos premios que la empresa obtuvo el pasado año, entre los que destaca el primer premio en la modalidad de frutados verdes amargos en la tercera edición de los premios Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra, Cosecha 1999/2000, que otorga el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y la Medalla de Oro al mejor Aceite de Oliva Virgen Extra con Denominación de Origen Priego de Córdoba 98/99 y 99/00, entre otros. Entre los proyectos de futuro de Mueloliva, S.L. se encuentra la consolidación en el mercado nacional, así como ampliar la cuota de mercado exterior, donde sus productos están ya presentes en la Unión Europea, Japón, Taiwan, Thailandia, Golfo Pérsico y Estados Unidos.

Ramón Rey, vicepresidente de la Asociación Europea de Frutas y Verduras en Fresco



Ramón Rey Rodríguez, Director Internacional del Grupo de empresas mayoristas de frutas y verduras Ángel Rey, ha sido elegido Vicepresidente de la Asociación Europea de Frutas y Verduras en Fresco (CIMO).

Este nombramiento tuvo lugar por votación en la Asamblea General de CIMO celebrada en Bruselas el pasado mes de junio. El nuevo Vicepresidente del CIMO tiene como objetivo principal crear un foro de ideas que englobe los intereses mundiales de los productores, comerciantes, importadores y exportadores, y que esta unión sirva para incrementar el consumo de frutas en Europa.

Ramón Rey es licenciado en Publicidad y Márketing y realizó un Master en Comercio Exterior y Relaciones Internacionales. En los años 80 trabajó como director de importación en Londres en la empresa "Jamaica Produce" y como director de exportación en las empresas "Mercosa" y "Mercalmonte", y ya en los años 90 comenzó su trayectoria profesional en el grupo de empresas de Ángel Rey.

Nueva gama de productos Findus en base a pescados para la restauración colectiva



Findus Foodservices, la división de la marca Findus para el canal de Hostelería, Restauración y Catering, puso a la venta el pasado 17 de septiembre una nueva gama de productos en base a pescados. Esta gama esta compuesta por 26 referencias repartidas en cuatro familias: gratinados, empanados, preparados de marisco y filetes naturales.

Los gratinados suponen una gran ayuda en la restauración actual al no necesitar manipulación y poder ser reconstituidos fácilmente en el horno. Los empanados están prefritos, mientras que la familia de preparados de marisco admite múltiples posibilidades de preparación, tanto como bases para otros platos como guarniciones. Por su parte, los filetes naturales incluyen una gran variedad de especies, entre las que se encuentran el salmón noruego, el pargo o el bacalao.

Tres nuevas variedades de aceitunas rellenas Jolca

La marca Jolca acaba de poner a la venta tres nuevas variedades de aceitunas rellenas con el fin de convertirlas en un punto de referencia en el mercado de los aperitivos: Aceitunas rellenas de jamón, de queso azul y de pimiento asado. Este lanzamiento se ha apoyado en una fuerte campaña publicitaria dirigida en dos direcciones: por un lado, las cadenas de distribución y, por otro, los medios de comunicación. En el plazo de un mes, estas nuevas variedades estarán en las principales áreas de distribución y supermercados nacionales al servicio del consumidor.



Coca-Cola España lanza Minute Maid Naranja Calcio



Saca lo mejor de ti mismo.

Minute Maid Premium, la marca de zumos refrigerados de alta gama de la compañía Coca-Cola, ha lanzado al mercado una nueva referencia: Minute Maid Naranja Calcio, un zumo con el sabor y calidad de Minute Maid enriquecido con calcio.

Junto a ello, la marca también ha renovado su imagen, con un envase más atractivo y moderno, y cuenta con el apoyo de una amplia campaña publicitaria en televisión bajo el eslogan "Saca lo mejor de ti mismo", que tiene como objetivo el de posicionar el producto como un zumo idóneo para consumir durante el desayuno.

Jornadas para patrocinar el cordero acogido a la Denominación Específica Cordero de Extremadura

El Consejo Regulador de la Denominación Específica "Cordero de Extremadura", Corderex, en colaboración con el Parador de Turismo de Mérida, celebraron entre el 13 y 19 de septiembre pasados unas Jornadas de promoción centradas en la degustación de un menú completo a base de Cordero de Extremadura.

Este tipo de Jornadas se repetirán a lo largo del año 2001 y 2002 en la Red de Paradores de Turismo de Extremadura, todas ellas con el objetivo de dar a conocer el cordero extremeño, un producto que desde Extremadura llega a miles de consumidores.



1/4
PUB

Entregados los premios a la "Mejor Empresa Agroalimentaria Española"

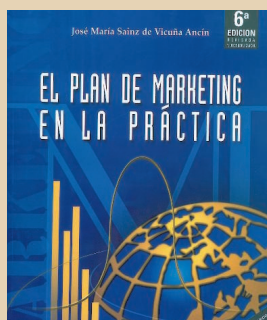
Con el objetivo de incentivar a la industria alimentaria española a seguir avanzando en el respeto con el medio ambiente, en la calidad de sus productos y en la apertura de nuevos mercados, tanto en la Unión Europea como en terceros países, el Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Arias Cañete, entregó el pasado 20 de septiembre, en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, los premios "Mejor Empresa Agroalimentaria Española". Esta primera edición pretende lograr el reconocimiento de las empresas que han contribuido especialmente a impulsar el sector alimentario durante el 2000, un año en el que el sector registró excelentes resultados con cifras record en empleo y exportaciones.

Las empresas galardonadas han sido Casbega S.A., Compañía Castellana de Bebidas Gaseosas, en la modalidad de empresa más respetuosa con el medio ambiente; El Pozo y Anfaco-Cecopesca en las categorías de inversión tecnológica e innovación; y Asoliva y Borges en el premio a la exportación. Asimismo, el jurado concedió a Frutaria dos accésit en las secciones de medio ambiente y exportación, mientras que Osborne y la Bodega Pirineos obtuvieron este reconocimiento en la modalidad de innovación e inversión tecnológica.



1/2
VERTICAL
PUB

Edición revisada y actualizada del libro de Sainz de Vicuña "El plan de marketing en la práctica"



José María Sainz de Vicuña, Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid y colaborador habitual de DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO, acaba de publicar una nueva edición de su libro "El plan de marketing en la práctica". Esta obra, ahora revisada y actualizada, se presenta como un trabajo

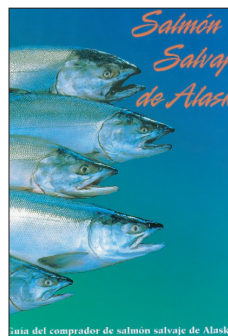
que permite a los gestores de las empresas acceder de forma sencilla y con un método científico a la planificación y al marketing; poniendo a disposición de empresas, profesionales y estudiantes universitarios una herramienta de carácter práctico. José María Sainz de Vicuña Ancín ocupa en la actualidad el cargo de Director General y Socio-Director de SDV Consultores e imparte clases de Marketing en las Universidades de Deusto, Navarra, Mondragón y País Vasco.

La Denominación de Origen Cariñena premia a sus mejores vinos

La Denominación de Origen Cariñena entregó el 9 de septiembre, en la Fiesta de la Vendimia, los cuatro premios que otorga su Consejo Regulador en las categorías de crianza, reserva, gran reserva y vinos de licor que se comercializan bajo estas categorías y con la contraetiqueta de Cariñena. Bodegas Gran Ducay ha resultado vencedora en la categoría de crianzas con su vino Castillo Ducay, 95. Por su parte, Bodegas Covinca, de Almonacid de la Sierra y Longares, se ha alzado con el primer premio en el epígrafe de reservas, con el vino Torrelongares 96 Garnacha-Tempranillo. Bodegas Ignacio Marín ha ganado el premio en la categoría de grandes reservas, por el Viña Ángela 93. Por último, Bodegas Palafox ha sido galardonada con el premio en vinos de licor con su moscatel Gran Palafox. Por otra parte, la D.O. Cariñena ha vuelto a patrocinar la Vuelta Ciclista a España 2001.



Presentado en Madrid el Salmón Salvaje de Alaska



El pasado mes de julio el organismo Alaska Seafood Marketing Institute, que agrupa a los representantes de la industria pesquera de Alaska, presentó en Madrid la nueva temporada de pesca del salmón salvaje de Alaska.

Este tipo de salmón se distingue del resto de salmones que se pueden encontrar en el mercado español por su método de producción, pues no existe intervención humana hasta el momento de la pesca. Este hecho, unido a la estricta vigilancia del número de capturas, favorecen la sostenibilidad de una de las especies de pescado de mayor consumo a escala mundial.

Vinícola del Condado, hacia la modernización tecnológica

La cooperativa Vinícola del Condado, integrada en la Denominación de Origen Condado de Huelva, y que en la actualidad cuenta con más de 1.000 socios, ha puesto en marcha un plan de modernización tecnológica basado en la introducción de la fermentación a temperatura controlada y de maquinaria fabricada en acero inoxidable. Todas estas innovaciones permiten la obtención de vinos blancos con aromas afrutados, más ligeros, suaves y de baja graduación alcohólica de gran calidad, que suponen una respuesta a las demandas actuales del mercado. Junto a este tipo de vinos, la cooperativa comercializa también los clásicos vinos generosos, los conocidos finos y olorosos, con crianza en barricadas de madera. La cooperativa Vinícola del Condado es la más grande de Andalucía y una de las mayores de España, con una capacidad de producción de más de 35 millones de litros al año, en unas instalaciones que alcanzan unos 30.000 metros cuadrados.

Gran variedad de pescados ahumados Benfumat

La empresa Benfumat, dedicada a la elaboración de ahumados de pescado procedentes de Noruega, Escocia e Islandia, cuenta con una gran variedad de productos de este tipo, que mantienen todas las propiedades nutritivas del pescado fresco. Entre los pescados ahumados de Benfumat destaca el salmón, presentado al mercado en noviembre de 2000 y que representa el 60% de su producción. Junto a él, la producción de ahumados de Benfumat también se centra en el bacalao, el atún, la anguila y el esturión, este último como gran desconocido en su preparación ahumada a pesar de que se trata de uno de los pescados con mayor proporción de proteínas de los que elabora Benfumat.

Dos nuevos vinos de Domecq Rioja: Reserva 96 y Gran Reserva 94

Bodegas Domecq Rioja acaba de sacar al mercado dos nuevos tipos de vino tinto, el Marqués de Arienzo, Reserva 1996, y el Marqués de Arienzo Gran Reserva 1994. El primero de ellos, elaborado en un 92% con Tempranillo y el resto con Graciano y Mazuelo; mientras que el Gran Reserva 1994 está elaborado exclusivamente con uvas procedentes de la variedad Tempranillo.



Duracell amplia su oferta con una nueva serie de pilas de litio



Duracell pone a la venta una nueva serie de pilas de litio fabricadas exclusivamente para cámaras fotográficas. Las baterías Duracell M3 Litio están especialmente diseñadas

para los últimos modelos de flashes, que requieren mayores demandas de energía. Por su parte, la pila Duracell M3 CR-V3 ha sido diseñada para ser usada con las cámaras digitales.