

## Record histórico en la venta de alimentos en la Red de Mercas durante 2018

La actividad comercial de las empresas mayoristas que operan en la Red de Mercas generó en 2018 un volumen de ventas de 7,8 millones de toneladas de alimentos, con un valor superior a 14.000 millones de euros, que representan un 1,4% del PIB nacional. En ambos casos, las cifras de comercialización en la Red de Mercas durante 2018 suponen un record histórico, tras aumentar respecto a 2017 un 2,3% en volumen y un 4,2% en valor.

Por grupos de productos, las ventas de frutas y hortalizas ascendieron en 2018 a 6,3 millones de toneladas, un 2,5% más que en 2017. El valor de la facturación ascendió a unos 6.700 millones de euros (+6,5%). De estas cifras totales, las ventas directas por parte de los agricultores en las Mercas ascendieron a 80.000 toneladas, en su mayor parte de hortalizas y patatas.

En cuanto a pescados y mariscos, las ventas totales superaron las 630.000 toneladas (+2,7%), de las que un 63% fueron productos frescos y el resto congelados; mientras que el valor de facturación fue de unos 4.200 millones de euros (+1,9%).

Por su parte, el sector cárnico comercializó en la Red de Mercas cerca de 690.000 toneladas, con una gran estabilidad respecto al anterior, y un valor de facturación próximo a los 2.800 millones de euros. Los mataderos sacrificaron más de 2 millones de cabezas, principalmente de porcino.



Y por último, en otros productos de alimentación no perecederos se comercializaron más de 220.000 toneladas (+3,4%), con un valor de unos 400 millones de euros (+5,8%).

Cabe destacar también que el origen de todos los productos comercializados en la Red de Mercas es nacional en un 80% para frutas, hortalizas y carnes; y en torno al 50% en pescados y mariscos.

### Los productos y servicios de Alimentación y Bebidas, los más valorados y asociados con España

El Foro de Marcas Renombradas Españolas, ICEX España, la consultora de investigación de mercados GfK y la consultora de marca Interbrand han trabajado de forma conjunta en 'Las marcas españolas y el efecto país de origen', un estudio que muestra la influencia del efecto país de origen en la competitividad de las marcas, los productos y servicios españoles en el exterior, además del conocimiento y percepción que existe sobre ellos. El estudio se realizó en Alemania, China, Estados Unidos, Francia, México y Reino Unido. Los entrevistados mencionaron mayoritariamente productos de los sectores de Alimentación (56%) y Bebidas (30%). Esto es especialmente relevante en el 74% de los entrevistados de Francia y el 67% de Alemania, quienes mencionaron que la Alimentación es lo que más relacionan con España. Después de determinar qué sectores o categorías de productos y servicios se asocian a nuestro país, se le pidió a los entrevistados que los valoraran en una escala del 1 al 100: nuevamente los productos y servicios de alimentación (70 puntos) y bebidas (68) fueron dos de los tres mejor calificados.

### El sector platanero avanza en su estrategia de internacionalización

La feria europea Fruit Logística ha marca el inicio de un nuevo año en el plan de acciones para nuevos mercados del Plátano de Canarias. La exportación regular de plátano se ha encontrado frecuentemente con fuertes impedimentos debido principalmente al bajo precio que, en comparación con el mercado nacional, están dispuestos a ofrecer otros mercados. La previsión del sector para este 2019 y los próximos años, es que continúe la tendencia hacia un clima más tropical, lo que tendría como consecuencia un aumento de la producción. Ante esa situación, es necesario plantear un escenario en el que la producción pueda cubrir la demanda del mercado nacional y a la vez cuente con excedentes en determinados momentos del año.

Conscientes de ello, los socios de ASPROCAN han acordado una estrategia de internacionalización de Plátano de Canarias que comprende tanto acciones conjuntas a nivel sector como medidas de apoyo a las OPPs que decidan emprender proyectos de exportación a nuevos mercados. Dicha estrategia persigue dos líneas claramente diferenciadas: la exportación a mercados europeos como producto de valor añadido y la comercialización de categorías convencionales en mercados de temporada como alternativa al mercado nacional.

## Mercabarna y AGEM, premio de honor de la Asociación Española 5 al día



El programa educativo '5 al día' de Mercabarna y la Asociación Gremial de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas de Barcelona y Provincia (AGEM) ha recibido el premio honorífico de la Asociación Española 5 al Día, por su trayectoria de 20 años educando a los escolares de Cataluña en una dieta sana.

Josep Tejedó, director general de Mercabarna y M<sup>a</sup> José Sala, coordinadora del programa educativo y miembro de la AGEM recibieron el premio durante la gala que la Asociación celebró el 6 de marzo en Madrid.

En estos 20 años, han participado en el programa '5 al día' de Mercabarna y la AGEM más de 120.000 escolares de casi 400 escuelas de toda Cataluña, principalmente de Barcelona y su área metropolitana. Anualmente participan en dicha campaña unos 6.000 niños de edades comprendidas entre los 9 y los 10 años.

## La recarga rápida para vehículos eléctricos llega a Mercamadrid

Mercamadrid ha estrenado un área de recarga rápida para vehículos eléctricos, con el objetivo de facilitar su incorporación al sector detallista y de la distribución urbana de mercancías en uno de los epicentros logísticos de la ciudad, con el acceso diario medio de 15.000 vehículos. Mercamadrid se posiciona así, a la vanguardia de las nuevas necesidades de la logística y el medio ambiente.

En tan solo 30 minutos, estos 2 equipos permiten cargar en paralelo hasta 4 vehículos eléctricos con energía 100% procedente de fuentes renovables. Cada punto tiene una potencia de 50 kilovatios y permite, además, hacer recargas tanto en corriente continua (CHAdeMO y Combo) como en corriente alterna (Mennekes) con lo que se podrá dar servicio a todos los modelos de vehículos eléctricos existentes en el mercado actualmente. Este espacio cuenta, además, con la preinstalación necesaria para poder incorporar nuevos puntos de recarga según crezca la demanda.

Las empresas que operan en Mercamadrid, así como sus clientes detallistas y proveedores, están iniciando una transformación en sus flotas de transporte hacia vehículos más respetuosos con el medio ambiente. Un cambio que Mercamadrid acompaña, entre otras acciones, con estos nuevos equipos.



## Centro Sur promociona su oferta de espárrago "eco" saludable en Fruit Logística 2019

Centro Sur, una de las mayores productoras y comercializadoras de espárrago verde con sede en Huétor Tajar, participó en Fruit Logística del 6 al 8 de febrero, para compartir con el mercado internacional la calidad diferencial de su espárrago verde, producido en convencional y ecológico, altamente nutricional. Centro Sur agrupa a 1.500 agricultores especialistas en este producto, extendido en más de 1.100 hectáreas, con una producción superior a 7,5 millones de kilos. Es la única cooperativa productora y comercializadora de espárrago con Indicación Geográfica Protegida "Espárrago de Huétor Tajar", un sello de calidad europeo que valoran sus clientes.



## Los premios de fotografía y vídeo “Ven a tu Mercado” reflejan la vitalidad de la actividad comercial en los Mercados Municipales



Los concursos de fotografía y vídeo “Ven a tu Mercado” ya tienen ganadores. En esta ocasión, por primera vez, se incluyeron dos premios en cada categoría, que en la modalidad de fotografía han coincidido con dos imágenes del Mercado Central de Valencia, y en el de vídeo han sido para participantes del Mercado Vegueta, de Las Palmas de Gran Canaria, y el Mercat 11 de setembre, en Barberá del Valles (Barcelona).

Los concursos de fotografía y vídeo forman parte de las acciones de promoción y dinamización de la actividad comercial en los Mercados Municipales durante la campaña de Navidad, impulsadas por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, con la colaboración de Mercasa, las Cámaras de Comercio y la Confederación Española del Comercio, además de las Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos.

En esta edición, el mensaje elegido para la campaña fue “Vive tu mercado, vive tu ciudad”, para vincular la vitalidad de la actividad comercial en los Mercados Municipales con el mantenimiento de esa misma vitalidad en los entornos urbanos en que se ubican. Un objetivo que reflejan plenamente las cerca de 150 fotografías y vídeos presentados al concurso.

## Syngenta refuerza su presencia digital en España

Con el objetivo de estar más cerca de sus clientes, colaboradores, medios de comunicación y la opinión pública en general, Syngenta estrena dos nuevos perfiles en las redes sociales: <https://facebook.com/SyngentaESY> y <https://instagram.com/syngenta.es>, en los que se tratarán temas relativos a todos los sectores que Syngenta abarca en España, desde la protección de cultivos, genética de semillas, flores, césped profesional y protección frente a plagas urbanas, con un tono divulgativo e informativo. La agricultura sostenible y el plan de compromisos con los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU “The Good Growth Plan” serán también una parte protagonista de los contenidos digitales de estos nuevos canales.

## Cooperativa La Palma mantiene su crecimiento sostenible



Cooperativa La Palma ha celebrado la Asamblea anual en la que ha compartido con sus agricultores y agricultoras el balance de la campaña hortofrutícola 2017/18. Después del aumento de su volumen de negocio en la campaña 2016/17, La Palma mantiene las cifras de producción y económicas alcanzadas, poniendo de manifiesto su solidez como empresa de referencia en tomate cherry, especialidades de tomate y minihortalizas. En cuanto a la comercialización, Cooperativa La Palma reforzó su presencia internacional en más de 30 países, sumando nuevos clientes en destinos europeos y no comunitarios. En estos mercados, la experiencia, calidad, salud y sostenibilidad marcan la diferencia.

## Grupo AGF refuerza alianzas en Fruit Logística

Grupo AGF aprovechó su presencia en la feria Fruit Logística para reforzar sus relaciones comerciales y crear proyectos a largo plazo. La exportación de sandía Fashion es un pilar fundamental para Grupo AGF, ya que un 40% de su producción es destinada a mercados internacionales, a los que acude con una cuidada imagen basada en los momentos de consumo y diferentes targets a los cuales se dirige.



## Grupo APEX compra los activos de Espafrima

**G**ruppo APEX (Aperitivos y Extrusionados S.A.), empresa de aperitivos y snacks, ha formalizado la adquisición todos los activos Espafrima, S.L. una empresa familiar madrileña fundada por Luis Espada y su mujer en 1976 como un pequeño despacho de frutos secos en Vallecas. En poco tiempo, y con una filosofía de trabajo basada en el crecimiento, la superación y la calidad de producto y de servicio a los clientes, el negocio fue creciendo. En el año 2001 se establecen en Getafe, donde continúan hoy sus instalaciones centrándose en la fabricación de productos de muy alta calidad con la marca ESPADA y en el servicio a los clientes. Espafrima S.L. aportará a Grupo Apex, una marca, Espada, vinculada a una calidad Premium, que es una de las marcas líderes en Madrid y área centro de patatas fritas y snacks, un equipo comercial propio en Madrid con una cartera de clientes muy cuidada.

## El Comité Organizador de Meat Attraction avala el potencial internacional del proyecto 2019

**M**eat Attraction 2019, la Feria Internacional del Sector Cárnico, ha celebrado la primera reunión de su Comité Organizador, compuesto por las principales agrupaciones empresariales de la industria cárnica, la distribución de carnes y productos elaborados, así como a la industria auxiliar. En la reunión, Raúl Calleja, director de Meat Attraction y del nuevo grupo ferial creado por IFEMA y especializado en el sector agroalimentario, informó de las principales novedades que se plantean para esta tercera edición, que girará en torno a tres ejes estratégicos: Comercialización, Innovación y Conocimiento, bajo el lema “La cita con las mejores carnes del mundo”.

Además, anunció que Meat Attraction se celebrará en el pabellón 10 de Feria de Madrid, para dotarse de un espacio de 25.000 m<sup>2</sup>, que puedan dar cabida a la alta demanda y las expectativas que está generando Meat Attraction 2019 entre las empresas del sector.



## STEF inaugura una plataforma propia en el Algarve

**S**TEF ha inaugurado una plataforma propia en el Algarve, ubicada en Algoz, que refuerza su cobertura en la distribución de alimentos a temperatura controlada en Portugal, e impulsa el envío de productos regionales. Esta plataforma representa una importante inversión de STEF en Portugal, integrada en un amplio plan de inversiones que incluye también la apertura de las plataformas de Vila Real y Mangualde, la ampliación de la plataforma de Coimbra y el incremento de la capacidad de almacenamiento y transporte en las plataformas de Lisboa y Oporto.



## Europastry amplía su gama de pan Saint Honoré



**E**uropastry ha lanzado sus novedades en pan en la gama Saint Honoré: Alma Saint Honoré, Marquesa Saint Honoré y Barra y Media Barra de Cereales Saint Honoré, panes caracterizados por su masa madre exclusiva y por el proceso Saint Honoré, artesanal con acabados a mano, ingredientes naturales y con largos reposos y larga fermentación. Alma Saint Honoré es un pan de coca que incorpora aceite de oliva en su receta, proporcionando sutileza y elasticidad en la miga. Por su parte, la Marquesa Saint Honoré se caracteriza por su miga irregular, suelta y cremosa. Por último, la Barra y Media Barra de Cereales Saint Honoré se distingue por las dos harinas, blanca y wholegrain, que configuran su masa y por los cereales de su receta: semillas de girasol, de linaza dorada y marrón, de sésamo tostado, de sésamo pelado, de amapola y de calabaza, así como copos de avena.

## Nunhems® apuesta por una lechuga Romana más pequeña y sabrosa para incentivar el consumo

Una vez analizadas las principales tendencias de mercado, Nunhems®, la marca de semillas hortícolas de BASF, ha realizado una firme apuesta por un tipo de lechuga Romana más pequeña como el fundamento de una nueva estrategia que persigue tres objetivos principales: incentivar el consumo, reducir los costes de producción y hacer un uso más eficiente del suelo y de los recursos necesarios para cultivar, disminuyendo además el desperdicio de alimentos. Con un tamaño menor, las nuevas variedades de lechuga Romana de Nunhems® son idóneas para sistemas de cultivo de alta densidad. Piezas de menos de 500 gramos permiten pasar de 50.000 a 92.000 lechugas por hectárea y reducir de forma importante los costes de producción. Los detalles de esta nueva estrategia comercial para convertir a la lechuga Romana en una hortaliza Premium se dieron a conocer ayer en La Palma (Cartagena) durante el evento 'Romaine Revolution'.



## Arranca la segunda fase de las acciones de VI.P- Manzanas Val Venosta en el punto de venta



La Asociación de Productores Hortofrutícolas de Val Venosta pone en marcha una serie de promociones en varios Mercas para dar a conocer su variedad Pinova y para recoger inscripciones para sus acciones en los puntos de venta. Un equipo de VI.P visitará los comercios inscritos para instalar elementos que impulsen las ventas y facilitar los materiales de una promoción con diversos premios, entre los que destaca un viaje al Valle Venosta, en los Alpes italianos. Estas acciones de contacto con los vendedores e importadores se enmarcan en las iniciativas de VI.P- Manzanas Val Venosta para promover el dinamismo en la venta de frutas y reconocer a sus profesionales, como los Premios Golden Gold o la celebración del Día del Frutero.

## Más sabores, colores y nuevas variedades de Uvasdoce

Uvasdoce aprovecha su presencia en Fruit Logística 2019 para presentar a sus clientes la primera producción de 7 nuevas variedades: Candy Snaps (La Fresita), Candy Hearts (La Robacorazones), Candy Crunch (La Mordidita), Candy Dreams (La Soñadora) y Candy Drops (La Rocío), con unos sabores muy especiales, además de ser algunas de ellas de las pocas variedades de uvas con olores increíbles. Además, amplían su catálogo de roja sin semillas con la variedad tardía Allison (La Paciente), y de blanca sin semillas con Timpson (El Exquisito). A consecuencia de estas novedades Uvasdoce aumentará un 20% su producción de uva sin semillas, superando así a la producción de uva con semillas, variedades que está dejando de cultivar.



El salón H&T crece un 30% y reúne a más de 12.000 profesionales de la hostelería y el turismo



H&T, Salón de Innovación en Hostelería, celebró en Málaga su 21ª edición el pasado mes de febrero, con una afluencia de más de 12.000 profesionales, consolidando así su papel como principal plataforma comercial del Sur de España para los sectores de la hostelería, la hotelería y el turismo. La última jornada acogió también la entrega de premios del concurso Jóvenes Chef Sabor a Málaga, que han recaído en la escuela de hostelería La Cónsula –primer premio–, Escuela de Benalmádena la Fonda y Escuela de Hostelería Estepona –segundos premios– y Escuela Castillo del Marqués –tercer premio–. El salón H&T ha contado este año con la participación de más de 200 empresas especializadas, incluidas compañías de referencia en el ámbito de la alimentación y el equipamiento, como Makro, San Miguel o Pira Ovens.

El grupo UNIQ presenta en Fruit Logística el único sello de calidad colectivo que garantiza el comportamiento de las cajas agrícolas de cartón

El grupo UNIQ participó en la feria Fruit Logística, en Berlín, con un stand que ofreció información sobre su sello de calidad, único en el mercado, al tratarse de una iniciativa colectiva de los principales fabricantes de cartón en España. Durante el certamen, UNIQ mostró al público profesional sus muchas herramientas diseñadas para permitir saber cuál es la caja idónea según el tipo de producto y el circuito logístico al que el producto fresco ha de enfrentarse.



## El mercado de manzanas recupera la demanda

A mitad de la temporada de la manzana 2018-2019, las ventas indican una recuperación por parte de los principales mercados, según ha constatado VOG para las manzanas del Tirol del Sur - Südtirol. Este es el caso de la manzana Royal Gala, con más demanda de los países de Oriente Medio, y en la Red Delicious. También hay evolución positiva en las Granny Smith, con cotizaciones en aumento, mientras que la solicitud de Golden Delicious sigue según las expectativas. Asimismo, el sector bio de VOG prevé un aumento del 48%.

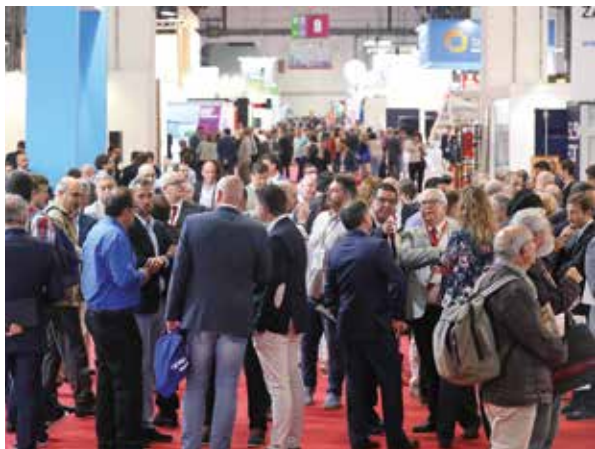


## Madrid acogerá en junio las nuevas ferias Organic Food Iberia y Eco Living Iberia



El próximo mes de junio se celebrarán en Madrid, por primera vez, las ferias Organic Food Iberia y Eco Living Iberia, organizadas por de Diversified Communications, e Ifema-Feria de Madrid. El objetivo es poner en valor el potencial de España como la región ecológica más grande de Europa y con el mayor número de empresas dedicadas a lo ecológico del continente, con aproximadamente 40.000 operadores en el mercado. Además, el consumo de productos ecológicos en la Península Ibérica presenta un crecimiento constante año tras año, alcanzando cifras del 20% en el 2018.

## Todo a punto para el SIL Barcelona 2019



**B**arcelona será la capital mundial del comercio internacional y la Supply Chain del 26 al 28 de junio con la celebración de InTrade Summit BCN. Durante tres días en un mismo lugar se celebrarán cinco grandes eventos internacionales como es el caso del SIL Barcelona 2019 -la Feria Líder de Logística, Transporte, Intralogística y Supply Chain del Sur de Europa, el Congreso Mundial de Zonas de Francas, el MedaForum de Logística y Transporte, el Congreso de ALACAT y el Congreso Internacional de OEAs.

SIL Barcelona 2019: La Feria Líder de Logística, Transporte, Intralogística y Supply Chain del Sur de Europa celebra este año su 21ª edición con más de 22.000 metros cuadrados de superficie de exposición, más de 600 empresas expositoras, un congreso con más de 20 sesiones y 220 participantes y un completo programa de networking que pone en contacto de forma directa a la oferta y la demanda del sector.

## ASEDAS reúne a medio millar de personas en la celebración de su 20 Aniversario

**A**SEDAS, Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados, celebró su 20 aniversario el pasado 14 de febrero, con una jornada de debate en el Museo del Prado, que reunió a más de 500 personas, representantes de las administraciones públicas central y autonómicas, del mundo empresarial, de los consumidores y de la cadena agroalimentaria. Fernando Miranda, secretario general de Agricultura y Alimentación, ha estado acompañado en la inauguración por Juan Pablo Lázaro, vicepresidente de CEOE, por Tomás Pascual, presidente de FIAB, y por uno de los fundadores de ASEDAS, Jaime Rodríguez. Los participantes en las ponencias, altos directivos de las compañías que pertenecen a ASEDAS, analizaron la aportación de los supermercados a la economía española, su función vertebradora entre la España rural y urbana y entre las comunidades autónomas y su contribución a la movilidad en las ciudades.



## La próxima edición de Alimentaria FoodTech representará toda la cadena de producción de alimentos y bebidas

**L**a próxima edición de Alimentaria FoodTech se celebrará del 6 al 9 de octubre de 2020 en Fira de Barcelona, recinto Gran Vía, iniciando una nueva etapa para dar servicio a la totalidad de los sectores productivos que completan la cadena de valor de la industria de alimentos y bebidas. Alimentaria FoodTech 2020 reforzará de este modo la variedad de sus sectores en exposición y junto a su oferta de ingredientes y equipamiento y maquinaria para la industria cárnica y alimentaria en general, dará cabida a perfiles emergentes de oferta como la industria 4.0, entre otros, que son estratégicos para la competitividad de la industria alimentaria

