

Fruit Attraction 2019 acogerá a 1.800 empresas expositoras y 90.000 visitantes



Fruit Attraction 2019 acogerá a 1.800 empresas expositoras y 90.000 visitantes, procedentes de 135 países, según las previsiones del director de Fruit Attraction, Raúl Calleja, quien apuesta, también, por mantener las bases que han impulsado el éxito de la feria, promoviendo a la vez que cada edición sea “diferente, exclusiva y premium”.

Por su parte, en el programa de jornadas técnicas destacan el IV Congreso Internacional de Fruta de Hueso, Stone Fruit Attraction, Biofruit Congress y Biotecnology Attraction, así como dos jornadas específicas sobre Singapur e India, los países importadores invitados de este año, que se desarrollarán en el marco del World Fresh Forum, un espacio de networking empresarial que, organizado junto con el ICEX, abordará las relaciones comerciales entre estos países y permitirá presentar las oportunidades de negocio.

Fruit Attraction potenciará igualmente, en esta undécima edición, las áreas como Organic Hub, dedicado a empresas de productos hortofrutícolas biológicos; el espacio Smart Agro, centrado en la aplicación de nuevas tecnologías y conectividad, y el área Nuts Hub, destinada a los frutos secos. The Innovation Hub y Foro Innova serán de nuevo las áreas dedicadas a la innovación y novedades empresariales en el sector. En este ámbito, la feria acogerá los Premios Accelera a la Innovación y el Emprendimiento, La feria incluye también el espacio Flower&Garden Attraction para el sector profesional comercializador de flores plantas vivas, estará ubicado en el pabellón 6, que acogerá como novedad el espacio Ecorganic market. En cuanto al espacio gastronómico de Fruit Attraction, Fruit Fusion, seguirá celebrándose pero con un nuevo nombre: Factoría Chef.

Convenio de colaboración de Ecoembes y la Asociación de Latas de Bebidas

Ecoembes y la Asociación de Latas de Bebidas han firmado un convenio de colaboración para promover conjuntamente el reciclado de las latas de bebidas y la protección del medio ambiente, con el objetivo de concienciar a la sociedad sobre la importancia que tiene reciclar las latas de bebidas, tanto dentro como fuera del hogar y convertir ese gesto en un hábito ecológico.

Las ferias Organic Food Iberia y Eco Living Iberia confirman el crecimiento del sector ecológico

Las ferias Organic Food Iberia y Eco Living Iberia se celebraron por primera vez en Madrid, el pasado mes de junio, organizadas por Diversified Communications e Ifema, con un balance positivo, que incluyó a más de 500 expositores, confirmado según los organizadores que “el sector ecológico está creciendo rápidamente tanto en España como en Portugal, y España se consolida como el mayor productor ecológico de Europa”.

Las ferias incluyeron también más de 60 sesiones educativas con una amplia variedad de temas sobre la actualidad del mercado ecológico y el natural, que se celebraron en los cuatro teatros dedicados de la feria: El Organic Theatre, El Eco Theatre, Organic Wine Iberia y La Cocina “alimentos de España”, patrocinada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Otra de las atracciones destacadas fue la Zona de Innovación, donde los últimos lanzamientos del año se dieron cita para participar en la primera edición de los premios Eco & Organic Awards Iberia.



El congreso HORECA de AECOC analiza la re-evolución del foodservice

Bajo el slogan “Food Service Re-evolution” más de 100 directivos, empresarios y emprendedores de compañías de toda la cadena de valor de la hostelería se dieron cita el 20 y 21 de mayo en el Congreso HORECA de AECOC, en el que se analizó el papel de la innovación y la digitalización, el impacto en el sector de la transformación tecnológica y los nuevos modelos de negocio, la importancia de la sostenibilidad en el ciclo de vida de los productos o las claves para ganarse al consumidor del mañana, entre otros temas.

Meat Attraction crece más del 40% en 2019 y recibe a más de 20.000 profesionales del sector de 60 países

Meat Attraction 2019, la Feria Internacional del Sector Cárnico, ha crecido más del 40% en su nivel de comercialización con respecto a la edición de 2018, superando las 400 empresas participantes y los 20.000 profesionales del sector de 60 países, en una edición centrada en la innovación como motor de la transformación sectorial, y con los ejes vertebradores que marcan el desarrollo del sector, como la nutrición y la salud, la sostenibilidad y la producción con criterios éticos.

La feria se celebra en el pabellón 10 de Feria de Madrid, con un espacio de 25.000 m² que ha permitido dar cabida a la alta demanda y las expectativas que ha generando Meat Attraction 2019 entre las empresas del sector.

Meat Attraction 2019 incluye diferentes eventos, como el X Congreso Mundial del Jamón, la segunda edición de #Distrimeat, el Congreso Europeo de la Distribución Cárnica, el Meat&Organic Congress o Meatic, las Jornadas sobre Automatización y Digitalización en la Industria, el Innovation Hub, el directorio de novedades o productos estrella de todos los expositores de la feria o los Premios Accelera a la Innovación, así como otras actividades como la Semana de la Carne, Factoría Chef o el Día del Carnicero.

La DOP Picotas del Jerte prevé una producción de 8 millones de kilos



El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Cereza del Jerte ha avanzado para este año una previsión de unos 8 millones de kilos de picotas de una excelente calidad, incluyendo las cuatro variedades certificadas: Pico Limón Negro, Pico Negro, Pico Colorado y Ambrunés, esta última, la más apreciada por ser la que más tiempo madura en el árbol al sol, y por tanto es la más dulce.

La DOP Cereza del Jerte ha hecho un llamamiento al consumidor para que busque el sello y etiqueta de calidad de la Picota del Jerte. Este sello de calidad lo encontrarán en las fruterías especializadas, los mercados municipales y cadenas de distribución como Aldi, Dia, Alcampo, Sabeco, El Corte Inglés, Supermercados Sánchez Romero, Lidl, Gadisa, Eroski, Vegalsa, Caprabo, Mercadona, Uvesco, Hiperber y Alimerka.

Cooperativa La Palma comparte en Agrifood 2019 sus novedades Amela® y Adora®

Cooperativa La Palma presentó en Smart Agrifood Summit 2019, sus dos últimas apuestas: Adora® y Amela®. Ambas especialidades de tomate recibieron el elogio de clientes y consumidores. En Agrifood 2019 muchas personalidades y profesionales gastronómicos quedaron sorprendidos con estos productos que revolucionan el mercado. La fusión entre producto, gastronomía y entorno representó un magnífico reclamo en este evento profesional.



Las asociaciones de denominaciones de origen reivindican su contribución a la sostenibilidad en la cadena alimentaria



La Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV) y la Asociación Española de Denominaciones de Origen - Origen España, las dos organizaciones representativas de las denominaciones de origen de vino y de denominaciones de origen protegidas e indicaciones geográficas protegidas de productos agroalimentarios, respectivamente, han firmado un manifiesto conjunto con dos objetivos fundamentales: dar a conocer la aportación de las DDO de vino y de las DOP e IGP agroalimentarias a consumidores, operadores, productos y territorios, y promover conjuntamente el papel de las figuras de calidad en sus respectivos sectores, a través de líneas de trabajo y reivindicaciones conjuntas que permitan el impulso de las figuras de calidad diferenciada.

El manifiesto reivindica la importancia de las denominaciones de origen vitivinícolas y de las DOP e IGP agroalimentarias como fuente de sostenibilidad en el medio rural, como generadores de rentabilidad para los operadores y como garantes de la calidad, de la seguridad alimentaria y del vínculo con el origen para los consumidores.

Arla y Pastelerías Mallorca se unen por una alimentación sana y equilibrada

El pasado mes de mayo, con motivo del Día Mundial de la Nutrición que se celebra de manera anual el 28 de este mismo mes, Arla Foods y Pastelerías Mallorca, anunciaron su colaboración con la creación y puesta en venta de un hojaldre solidario, la "Masa laminada de Arla", que se vendió por 3,20 euros la unidad, destinaba 1 euro de su precio a la lucha contra el hambre. La acción solidaria se extendió durante un mes y ha logrado vender finalmente un total de 1.386 unidades, entre la docena de establecimientos de Pastelería Mallorca de Madrid.



Nuevos combinados con Coca-Cola Signature Mixers

Coca-Cola acaba de lanzar al mercado Coca-Cola Signature Mixers, creada para inspirar nuevos combinados con destilados como el whisky, ron, el tequila reposado o el bourbon, cuyo consumo en los últimos años está creciendo, siendo el whisky el destilado más consumido en España. Asimismo, Coca-Cola Signature Mixers recupera un envase legendario para su comercialización, la botella Hutchinson, que fue una de las primeras botellas utilizadas en la historia de la marca Coca-Cola, hace justo ahora 120 años.



Vivesoy lanza Fusión, la primera gama de bebidas vegetales que combina diferentes frutos secos



Vivesoy ha presentado Vivesoy Fusión, la primera gama de bebidas elaborada con diferentes frutos secos, en dos variedades, Fusión de Frutos Secos y Fusión de Almendra y Anacardo, que salen al mercado ante el auge de la demanda de los sabores de frutos secos que se está experimentando en Europa, un mercado que creció un 9% en España en el último año y supuso una facturación de 648 millones de euros.

Carretilla amplía su oferta de platos listos para comer

Carretilla ha ampliado su carta de platos listos con nuevos lanzamientos que se presentan en un envase microondable, mono-ración y de color negro, permitiendo calentar y comer del propio envase. Además, no necesitan frío para su conservación. Carretilla completa así una carta de más de 60 recetas de platos de la gastronomía mediterránea para disfrutar en cualquier momento y lugar. Las novedades incluyen cremas ecológicas, salteado de verduritas con quinoa, lasaña de verduras y soja, carrillera en salsa con patatas parisinas y setas; albóndigas de pollo y magro en salsa de tomate.



Anecoop y las sandías Bouquet impulsan la inclusión a través del deporte

Anecoop reunió el pasado 17 de mayo a sus socios productores de sandía de Almería y Murcia y a los medios de comunicación, para presentar la Campaña de sandía Bouquet 2019. En Almería, donde arranca su calendario de producción y se concentra una parte importante de la misma, sus responsables han anunciado sus perspectivas tanto en materia de producción como de comercialización y promoción del producto. Dentro de su programación de acciones para promocionar las sandías Bouquet, Anecoop ha apostado con fuerza por actividades que contribuyen a impulsar la inclusión a través del deporte.



Carrefour Property y Carmila financian la adquisición de nuevas tecnologías a favor de la infancia con parálisis cerebral



Carmila y Carrefour Property, a través de Fundación Solidaridad Carrefour, financiarán la adquisición de nuevas tecnologías a favor de menores con parálisis cerebral, asistidos en el Centro de Educación Especial El Despertar con el objetivo de mejorar su nivel de aprendizaje y desarrollo intelectual. Gracias a esta donación, la entidad podrá incorporar diverso material tecnológico de última generación, dirigido a ofrecer terapias más avanzadas a estos menores con el objetivo de impulsar sus habilidades sociales y nivel de autonomía personal. Desde el año 2001, Fundación Solidaridad Carrefour ha donado más de 2,3 millones de euros a la Confederación Española de Personas con Parálisis Cerebral para la puesta en marcha de diversas iniciativas sociales a favor de la infancia en situación de vulnerabilidad.

Crown presenta en el SIL sus novedades en manipulación de mercancías

Crown ha presentado en el Salón Internacional de la Logística y de la Manutención (SIL), celebrado en Barcelona, sus nuevas soluciones para mejorar la eficiencia en almacenes y aumentar la productividad, destacando el nuevo apilador doble DS 3040 de Crown, compacto maniobrable y potente. Además, Crown ha presentado su próximo lanzamiento que llegará al mercado nacional en otoño de 2019: la nueva generación de carretillas retráctiles Crown ESR con alturas de elevación de hasta 13 metros y capacidades de elevación de hasta dos toneladas.

Grupo Agroponiente presenta su nueva App de servicios e información a los agricultores



Gruppo Agroponiente ha presentado su nueva App, una herramienta de colaboración fundamentalmente con el agricultor, que ha desarrollado Grupo Hispatec y que supone un paso adelante en la filosofía de servicio y de dar valor a los productores que trabajan con esta compañía.

La App permite a los agricultores conocer su estado de cuentas, los precios reales de las subastas de Grupo Agroponiente, las liquidaciones, albaranes, suministros, envases y toda la información de un agricultor, resumida en la misma pantalla, ofreciendo la facilidad de poder operar y liquidar en cualquier tipo de relación con la compañía, así como toda la información del departamento técnico sobre consejos o datos de interés en cada momento de la campaña.

Ramiro Ortiz, nuevo Director General de Tetra Pak Iberia

La Junta Directiva Global de Tetra Pak ha designado a Ramiro Ortiz nuevo Director General de Tetra Pak Iberia a partir del 1 de julio de 2019, tras el nombramiento de Alejandro Cabal, quien ha ostentado el cargo en los últimos cuatro años, como Vicepresidente de Soluciones de Envasado a nivel global.

Ramiro Ortiz, hasta ahora Tetra Pak Global Key Account Director de la cuenta global de Coca-Cola desde 2016, se unió a la compañía en 1999.

Antes de ocupar su posición actual, desempeñó varios cargos directivos en el Grupo, entre los que se destaca su trayectoria liderando la sección de ventas y gestión de cuentas clave en Brasil y en Suecia.



La producción de cerveza mantiene la tendencia al alza de los últimos años

La producción de cerveza en España alcanzó los 38,4 millones de hectolitros en 2018, lo que supone un crecimiento del 2,2 % respecto al anterior ejercicio, manteniéndose una tendencia moderadamente alcista por quinto año consecutivo. Los principales factores que han contribuido a mantener el crecimiento han sido las exportaciones, que volvieron a crecer casi un 3 %, y la influencia del turismo, que en 2018 batió el récord de visitantes en España (82,8 millones). Todo ello se refleja en el Informe socioeconómico del sector de la cerveza en España 2018, elaborado por Cerveceros de España, en el que se destaca que en 2018 se superaron por primera vez en España los 40 millones de hectolitros, lo que representa un incremento del 1,5 % respecto al año anterior, manteniéndose, también en este apartado, una tendencia alcista. En este caso, además del turismo, han sido fundamentales el empuje de la hostelería, cuya facturación ha aumentado un 3,4 % respecto a 2017, y la estabilidad económica y fiscal, que ha contribuido a mejorar la confianza del consumidor.

Jornada de información y promoción del Espárrago de Huétor Tájar con IGP

El Consejo Regulador de la IGP Espárrago de Huétor Tájar celebró el pasado 5 de junio una jornada temática dedicada a las características diferenciales de este espárrago verde-morado con calidad diferenciada que enamora a los consumidores por su autenticidad y sabor diferente. La jornada se celebró en la Cámara de Comercio de



Granada, con el apoyo de Cooperativas Agro-alimentarias de Granada, fue un auténtico éxito con una gran presencia instituciones, agricultores de la Cooperativa Centro Sur, investigadores del Centro de Investigación y Desarrollo del Alimento Funcional, CIDAF, profesionales de la gastronomía y Canal HORECA, distribuidores y medios de comunicación. Todos los participantes destacaron la magnífica calidad de este producto granadino, emblema de Huétor Tájar que cuenta con una gran proyección en el mercado y en la gastronomía.

UNICA Group y Sunaran acuerdan su integración

UNICA Group y Sunaran, cooperativa especializada en cítricos, ubicada en la localidad cordobesa de Palma del Río, han cerrado un acuerdo de integración, que permitirá a UNICA elevar sus previsiones de crecimiento hasta los 450 millones de kilos en la próxima campaña. Sunaran SAT está compuesta por 100 agricultores que cultivan 1.500 hectáreas de cítricos en el Valle del Guadalquivir, alcanzando una producción de 50.000 toneladas con tendencia al alza debido a la entrada en producción de las explotaciones más jóvenes en los próximos años. La cooperativa abarca todo el abanico de variedades de naranjas y pomelos, con un período de producción y comercialización de octubre a julio. El 80% de la producción se destina a la exportación y los principales destinos son la UE, Canadá, Medio Oriente, China y Corea del Sur.



Uvasdoce arranca la campaña 2019 con nuevas presentaciones para niños

Uvasdoce ha comenzado la campaña 2019 recolectando tres de sus variedades más tempranas, Victoria, una uva blanca con semillas de gran calibre, color amarillo pálido y con un sabor neutral fresco; Sugraone, una uva blanca sin semillas, de color verde claro y con una sabor dulce y muy refrescante. Y por último Arra 29, una uva roja sin semillas de gran calibre y con sabor a dulce manzana.



Las previsiones apuntan que el volumen este año no va a ser alto, pero sí equilibrado, en prácticamente todas las variedades. Y se espera una muy buena calidad. Uvasdoce ha presentado también una de las novedades más importantes para esta campaña, el lanzamiento de su nuevo producto dirigido a los más pequeños de la casa. Un snack de 200 gramos de la uva más dulce del momento. Para promocionar este nuevo producto, Uvasdoce está desarrollando un videojuego que todos los consumidores podrán descargarse en su móvil o Tablet.

La Unión Europea concede a INCERHPAN el proyecto “Buenos Días con Pan de Europa”



La Unión Europea ha concedido el proyecto “Buenos días con pan de Europa” a la Organización Interprofesional de Cereales Panificables y Derivados (INCERHPAN), una campaña que se presentará oficialmente durante el próximo mes de octubre para poner en valor los efectos positivos del consumo del pan desde el punto de vista nutricional, uno de los productos tradicionalmente vinculados a la saludable Dieta Mediterránea. El proyecto se ejecutará entre 2019 y 2021 y cuenta con un presupuesto de 1.031.902 euros, el 70% subvencionado por la Unión Europea (UE).

La concesión de ese proyecto ha coincidido con la entrada en vigor

la norma de calidad para el pan que, entre otros aspectos, establece una fiscalidad positiva de IVA reducido del 4% para panes integrales y promueve la competitividad del sector.

Carnimad, nuevo nombre y cambio de imagen para la asociación de carniceros y charcuteros de Madrid

Carnimad es el nuevo nombre de la organización que representa al sector de la carnicería-charcutería especializada en la Comunidad de Madrid,



una asociación que desde hace veinte años y hasta ahora se había llamado Fedecarne. La organización ha transformado su imagen corporativa, estrenando además nueva web, www.carnimad.es, y realizando un restyling a su revista La Carne. Todos estos cambios se han puesto en marcha para empezar una nueva etapa, donde los jóvenes se convierten en uno de los principales target.

El pasado 22 de mayo, la Asociación de Carniceros y Charcuteros de Madrid llevó a cabo la presentación de su nueva imagen, en un evento centrado en el diseño y el branding, que tuvo como invitados especiales a dos expertos en la materia, Nacho Lavernia, de Lavernia & Cienfuegos y Asociados, y Carlos Aires, de Marketing-Jazz.