

Antonio Blanco Prieto recibe el III Premio Asedas al mejor artículo de Distribución y Consumo



El profesor de la Universidad de Oviedo y miembro fundador de la Alianza contra el Hambre y la Malnutrición, Antonio Blanco Prieto, ha recibido el “III Premio Asedas al mejor artículo publicado en la revista Distribución y Consumo durante 2106”. El trabajo premiado se titula “Reducción de pérdidas y desperdicios alimentarios y bienestar social: una relación posible” y fue publicado en el número 142 de Distribución y Consumo. El autor analiza las implicaciones sociales del excedente alimentario y la necesidad de abordarlo desde una triple perspectiva de sostenibilidad económica, social y ambiental.

El acto de entrega del premio se celebró el 21 de diciembre en la sede de la Asociación de Fundaciones, en Madrid, con la participación del autor premiado, Antonio Blanco Prieto; Ignacio García Magarzo, director General de ASEDAS; David Martínez Fontano, presidente de Mercasa; y Rosa Gallego, secretaria de la Asociación de Fundaciones.

Grupo Postres Reina reducirá el porcentaje de azúcar en sus postres antes de 2020

Grupo Postres Reina se ha comprometido a reducir el contenido de azúcar entre el 10 y el 30% en sus yogures, leches fermentadas y postres antes de finales del año 2020. Consciente de que los hábitos de consumo están cambiando, la empresa de postres ha lanzado un plan integral para todas las empresas del grupo, llamado “Con Menos Azúcar” que refuerza su compromiso de reducción de azúcares con el fin de satisfacer a un consumidor cada vez más preocupado por su salud. Para informar al consumidor de esta reducción de azúcar, Grupo Postres Reina ha creado un Sello identificativo que incluirá en el packaging de los productos donde se aplique esta reducción de azúcar.



Donettes lanza una edición limitada con uno oculto que pinta la lengua de color azul

Donettes, perteneciente a la marca Bimbo, ha puesto a la venta el nuevo Donettes Trolleo Challenge, una edición limitada de Donettes donde todos son aparentemente iguales, con cobertura chocolateada y masa de cacao, pero incluye un Donettes oculto que pinta la lengua de azul. Los usuarios tienen que compartir sus fotos o videos con las lenguas azules con el hashtag #DonettesTrolleoChallenge, y participan en el concurso de un viaje a Ibiza para 5 amigos. El producto se presentó en exclusiva a través de una merienda en el canal 24 Horas de Operación Triunfo, líder entre los jóvenes. Los concursantes de la Academia disfrutaron de la merienda sorpresa con la variedad Clásicos y descubrieron el poder del nuevo #DonettesTrolleoChallenge.



Una foto del Mercado Municipal de Santa Cruz de La Palma gana el concurso de fotografía “Ven a tu mercado”



Una fotografía del Mercado Municipal La Recova, situado en la localidad de Santa Cruz de La Palma (Canarias) ha sido la ganadora del concurso “Ven a tu mercado”. La autora de la fotografía es Thaimar Villegas Carreño y ha recibido como premio un lote de productos de mercados municipales valorado en 500 euros. El concurso ha formado parte de las actividades de la campaña de promoción de las compras de alimentos en los Mercados Municipales durante las fiestas de Navidad de 2017, que ha organizado el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, en colaboración con las Comunidades Autónomas, los Ayuntamientos, la Confederación Española del Comercio, la Cámara de Comercio de España y Mercasa. El objetivo de esta campaña es llamar la atención de la sociedad hacia los servicios y la oferta que concentran los Mercados Municipales, especialmente de alimentos frescos.

Manzanas Kanzi sortea un Fiat 500

El 18 de enero arrancó el concurso Kanzi “Play & Win” que, hasta el 18 de mayo, pone en juego un Fiat 500 y 20 tarjetas regalo de Amazon de 50 euros al mes. El concurso es de ámbito europeo puesto que, además de Italia y España, tendrá lugar en Noruega, Dinamarca, el Reino Unido, Bélgica y Alemania. Para participar en el concurso lanzado por la manzana roja cultivada en el corazón del Alto Adige, es suficiente comprar una manzana Kanzi que lleve la etiqueta “Play & Win”, buscar el código impreso en el revés del sello e introducirlo en el sitio web www.kanziapple.com.



Los centros comerciales aumentan las ventas y la cuota de mercado

Los centros y parques comerciales tuvieron un crecimiento de las ventas en 2017 de un 3,5% respecto al año anterior, hasta alcanzar los 43.590 millones de euros, según la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC). Con este crecimiento de las ventas ha aumentado ligeramente la cuota de mercado situándose en un 17,9 %. El número de visitas a los centros y parques comerciales permanece estable rondando los 1.900 millones de vistas en 2017.

Otro de los aspectos más destacados en la actividad del sector durante el año 2017, es la inversión por transacciones en centros y parques comerciales en explotación. Se han realizado 29 transacciones, que afectaron a 36 activos, alcanzando un volumen de inversión de 2.700 millones de euros, lo que supone un crecimiento de un 35% respecto a 2016. En la actualidad hay 555 Centros y Parques Comerciales en España y suman 15.800.000 m2 de SBA (Superficie Bruta Alquilable) integrando a 33.744 comerciantes. Entre 2018 y 2020 está previsto que se pongan en marcha 27 nuevos proyectos entre aperturas y ampliaciones que sumarán más de 1 millón de metros cuadrados de nueva superficie comercial.



Los platos preparados reducirán un 10% la sal y las grasas saturadas



La Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados (ASEFAPRE) se ha comprometido a reducir un 10% el contenido mediano de sal en productos como croquetas, empanadillas, canelones/lasañas, nuggets, anillas o derivados del surimi, y un 10% del contenido mediano en nuggets. Así se recoge en el Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas que la patronal del sector de alimentación y bebidas FIAB ha firmado con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, con el compromiso de alcanzar dichos objetivos en tres años. En 2017, esta asociación cerró con unas ventas de 487.593 toneladas, un 4,6% más que el año anterior en el sector de la distribución en libre servicio.

Mercazaragoza cumple 50 años

Mercazaragoza celebra su 50 aniversario en 2018. Cinco décadas de trayectoria en las que se ha convertido en la plataforma logística especializada en agroalimentación más importante del Valle de Ebro, aunando en un mismo espacio la mayor concentración de oferta y demanda del sector, donde se abastecen más de 1.700 detallistas de su área de influencia. Las 150 empresas instaladas reúnen diariamente a más de 4.000 personas que desempeñan su labor en el campo de la producción, transformación y distribución agroalimentaria. La empresa celebra su aniversario convertida en empresa de duración indefinida y siendo un referente de desarrollo a nivel internacional.



DÍA aumenta un 1,5% sus ventas brutas bajo enseña



Grupos DÍA ha registrado en 2017 unas ventas brutas bajo enseña de 10.334 millones de euros, un 1,5% más en moneda local que en 2016. El avance de las ventas en los países emergentes con un crecimiento del 10,8% en moneda local ha compensado el retroceso en Iberia del 3,3%, donde en el último trimestre del año la compañía ha registrado unas ventas comparables positivas gracias a su política de bajada de precios. En España, como consecuencia de la reducción en un 3,9% de la superficie de venta en España, las ventas han descendido un 3,8% hasta los 5.737 millones de euros.

Más de 17.000 visitantes profesionales en la feria Hospitality Innovation Planet (HIP2018)

Hospitality Innovation Planet (HIP2018), la feria profesional para el sector Horeca, se celebró en Madrid en febrero pasado, con un incremento del 31% y más de 17.000 visitantes profesionales del sector de la hostelería y la restauración, que participaron en las más de 190 conferencias, 4 congresos paralelos y 300 speakers nacionales e internacionales, organizados en esta feria. La próxima edición de HIP volverá a Madrid del 18 al 20 de febrero de 2019.



La campaña publicitaria de INTEROVIC frena la caída de las ventas de carne de cordero



Antes de la puesta en marcha de la campaña de promoción, el consumo pasó de 2,69 kilos por habitante en 2008 a 1,68 en 2015. En esta coyuntura, la Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino (INTEROVIC), con la ayuda de la Unión Europea, desarrolló el programa “Vuelve a disfrutar de la carne de cordero” entre febrero de 2015 y febrero de 2018. En estos tres años, la campaña se ha centrado en dos ejes: la modernización del producto y la formación al canal. El primero de ellos se ha conseguido tras un plan de I+D+i que ha dado lugar a siete nuevos cortes de lechal y cordero y tres preparados; todos ellos más versátiles y sencillos de preparar. Con la renovación de la imagen de producto se ha conseguido, asimismo, desestacionalizar el consumo para pasar a convertirse en una opción más de carne cotidiana que se puede ingerir en porciones individuales, más económicas que las tradicionales, y formar parte de la cesta diaria de la compra.

La manzana “Supersweet” Envy incrementa su presencia en España

La manzana “Supersweet” Envy va aumentando progresivamente su presencia en los mercados y en los puntos de venta españoles. Pasada la mitad de la campaña de comercialización, los productores exclusivos



de esta manzana Club (Nufri en España y los Consorcios VOG y V.I.P. en los Alpes italianos) confirman su satisfacción por el desarrollo de la temporada. En cuanto a la producción de la manzana Envy se incrementará progresivamente en los próximos años, gracias a un programa de plantaciones muy preciso y adaptado a cada mercado, que los productores europeos han concertado con “T&G Global”, empresa neozelandesa propietaria de la licencia de la variedad.

El cordero griego se promociona en España

Bajo el lema Meet the Lamb, el programa de promoción de la carne de cordero griego tiene por objetivo destacar la calidad suprema del ovino griego como pilar de la cría de ovejas en su totalidad. El programa, de tres años de duración y cofinanciado por la Comisión Europea, se encuentra en este momento en su primer año de implementación a través de un conjunto de acciones informativas tanto para los expertos del sector como para el consumidor final. De esta forma, la Inteprofesional Cárnica Griega ha reunido a profesionales del sector y de la prensa en un acto informativo sobre el programa, las acciones, los valores y los mensajes principales de la campaña promocional: cría extensiva, bienestar animal, alimentación basada en pastos, trazabilidad, controles de producción, propiedades organolépticas, etcétera.



Uvasdoce aumentará su producción de uva sin semilla un 40% en 2018

Uvasdoce presentó en la feria Fruit Logistica sus nuevas variedades de uva sin semilla, así como una nueva finca que entrará en producción el próximo 2019.

Además, aumentará su volumen total con variedades sin semilla y este año, por primera vez, Uvasdoce contará con mayor producción de uvas apirenas que de uvas con semilla. Junto a este aumento en la producción, la empresa localizada en el Valle del Vinalopó experimentó el pasado año la ampliación en su centro de trabajo, la segunda tras su inauguración en 2009.



Nace el primer Observatorio de Innovación en Gran Consumo en España



El Institut Cerdà ha creado el primer Observatorio de Innovación en Gran Consumo en España con el objetivo de dar relieve a los avances realizados por todos los agentes implicados en la cadena de gran consumo y de dar a conocer los retos que afronta el sector. El informe se ha presentado en la sede de la Fundación Cotec en Madrid, ante un centenar de empresas del sector. Carlos Cabrera, director general del Institut Cerdà afirmó en la presentación que “el Observatorio nace de un largo proceso de análisis y de selección de los principales proyectos que se llevan a cabo en España en toda la cadena del gran consumo. De esos proyectos, un total de 200, un grupo de expertos independientes ha seleccionado 20 y esos son los que se recogen en el informe”.

Europastry presenta sus nuevas recetas de bizcochos

Europastry acaba de lanzar al mercado sus nuevas recetas de bizcochos recién salidos del horno, a través de Pâtisserie Valérie, su marca de repostería gourmet. Se trata de tres versiones del bizcocho casero de siempre, pero en un formato profesional. La primera es un bizcocho al cacao, la segunda versión es el bizcocho carrot cake, que ofrece una combinación de zanahorias, nueces y avellanas; y la tercera novedad es la plancha de bizcocho de manzana y canela.



Unica Fresh, presente en Fruit Logística

Unica Fresh ha estado presente un año más en Fruit Logística, que se ha celebrado en Berlín del 7 al 9 de febrero, donde presentó su nueva línea de productos snacks deshidratados bajo la marca buenOh!. Además, promocionó la amplia gama de frutas (cítricos, fruta de hueso y de pepitas) y verduras como productos de hoja, brásicas, snack o “mini”, tanto en convencional como en ecológico. Entre los nuevos productos recién incorporados tras la integración de la gaditana Virgen del Rocío, está el boniato, la zanahoria o el puerro, entre otras hortalizas que se suman al volumen total de Unica como el calabacín blanco o el tomate pera.



Grupo Ingapan pasa a denominarse Ingapan Corporación

El Grupo Ingapan, que ha pasado a denominarse Ingapan Corporación, acaba de presentar su nuevo logotipo, que sigue la línea estética que últimamente emplea en sus marcas: una línea elegante, moderna y con un estilo actual.

Se ha apostado de nuevo por la iconografía de la característica espiga geométrica de 3 puntas como vínculo entre sus principales marcas. Bajo esta nueva imagen, Ingapan Corporación mantiene sus marcas Chousa, Koama, Kentes y The Cooksters.



La exportación de frutas y hortalizas crece un 1% en 2017

La exportación española de frutas y hortalizas frescas en 2017 aumentó un 1% con relación a 2016, totalizando 12.704 millones de euros, y el volumen un 0,5%, situándose en 12,6 millones de toneladas, según los datos de la Dirección General de Aduanas, hechos públicos por FEPEX. La exportación de hortalizas en 2017 retrocedió un 3,7%, totalizando 5,1 millones de toneladas y el valor aumentó un 1%, ascendiendo a 5.267 millones de euros. Por su parte, las frutas crecieron un 3,6% en volumen y un 1,3% en valor, ascendiendo a 7,4 millones de toneladas y 7.437 millones de euros. Por destinos, la UE representó el 93% de las ventas en el exterior del sector hortofrutícola español, con 11,7 millones de toneladas y 11.760 millones de euros, prácticamente las mismas cifras que en 2016, con un crecimiento de las exportaciones extracomunitarias del 4% en volumen y del 3% en valor, totalizando 830.642 toneladas y 944 millones de euros, siendo Brasil el primer destino de este grupo de países, resaltando el comportamiento positivo de Canadá, con 68,6 millones de euros (+20%) y Arabia Saudita, con 58,2 millones de euros (+14%).

Stef refuerza sus líneas de exportación para Europa

Stef ha reforzado sus líneas de exportación para Europa, ofreciendo a sus clientes salidas diarias a España y cuatro días de salida por semana a sus restantes destinos europeos. Así lo ha presentado la compañía durante su participación en la Feria Internacional SI-SAB, evento dedicado a la exportación de productos portugueses del sector de la alimentación y de bebidas, que ha tenido lugar del 12 al 14 de febrero en Lisboa. Stef ha reforzado sus rutas tanto para ofertas de exportación con cobertura en 12 países receptores; como de importación, con cobertura en 10 países de origen.

Mercamadrid supera los 8 millones de beneficio neto

El Consejo de Administración de la empresa mixta Mercamadrid S.A. -cuyos accionistas mayoritarios son el Ayuntamiento de Madrid (51,13%) y Mercasa (48,63%)-, ha formulado las cuentas de la sociedad, que arrojan un beneficio neto en 2017 que supera, por segundo año consecutivo, los ocho millones de euros. Resultado que ha sido posible gracias a una gestión orientada al cliente, en coherencia con el Plan Estratégico aprobado para 2017-2019. Cifra que acompaña a un volumen inversor sin precedentes en los últimos diez años, alcanzando 6,5 millones de euros. Y, con una mejora en la actividad del 5%, con la comercialización récord de 2.689.099 toneladas de alimentos.



Biosabor, en la final del premio “Empresas con valores” de Triodos Bank

La empresa Ecológica Biosabor optó al galardón “Empresas con valores” de Triodos Bank, cuya entrega tuvo lugar en “La Casa del Lector”, en Madrid, el pasado 25 de enero, como una de las más comprometidas socialmente y responsables a nivel nacional, por el trabajo realizado para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible, propuestos por la Organización Mundial de Naciones Unidas, (erradicación del Hambre, Favorecer la Salud y el Bienestar, Lograr la Igualdad de Género, agua Limpia y Saneamiento, producción y Consumo Responsables).

Puesta en marcha del Convenio de Compra Pública Precomercial INNOLIVAR



El pasado día 30 de enero se puso en marcha el Convenio de Compra Pública Precomercial INNOLIVAR, “Innovación y tecnología para un olivar sostenible”, tras la firma oficial del Convenio por parte del Ministerio de Economía y la Universidad de Córdoba (UCO), solicitado a demanda del sector, representado por las Interprofesionales del Aceite de Oliva Español (IAOE) y por la Interprofesional de la Aceituna de Mesa (Interaceituna). El presupuesto total del convenio es de 13,1 millones de euros, la mayoría de ellos destinados a la licitación para empresas.

Cooperativas Agro-alimentarias de Granada celebra el “Día de Granada” en Fruit Logística

Cooperativas Agro-alimentarias de Granada celebraron el “Día de Granada” en la gran feria mundial del sector hortofrutícola, Fruit Logística, que tuvo lugar del 7 al 9 de febrero en Berlín (Alemania). En este evento internacional, diez cooperativas, representando a un total de catorce, promocionaron la excelencia y la calidad de las frutas y hortalizas de Granada, con la finalidad de seguir consolidando su red de clientes internacionales y abrir nuevos horizontes a las producciones granadinas. Durante la Feria las cooperativas hortofrutícolas, que unen más de 5.000 agricultores, realizaron presentaciones y mantuvieron reuniones comerciales con sus clientes internacionales, mostrando sus innovaciones en productos y packaging.



El Salón H&T despide su edición más gastronómica con más de 9.000 visitantes

La vigésima edición del Salón de Innovación en Hostelería, H&T, que tuvo lugar del 5 al 7 de febrero en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma), recibió la visita de más de 9.000 profesionales, en torno a un 30 por ciento más que la pasada edición. Estos visitantes pudieron acceder a una amplia y variada oferta de equipamiento, alimentación y servicios para hostelería y turismo a través de más de 180 empresas especializadas. El salón ha abanderado el concepto de innovación aplicado a los sectores hostelero, gastronómico y turístico como palanca de crecimiento y competitividad. La gastronomía y la enología han sido también protagonistas. H&T despide su vigésima edición habiendo incorporado la innovación como eje central de sus contenidos, un área con entidad propia en el espacio “H&T Innova”, donde una veintena de empresas de nueva creación, todas ellas de la mano de Andalucía Emprende, Polo Digital, Link by UMA y Turismo y Planificación Costa del Sol, mostraron soluciones avanzadas para los sectores representados en el salón. En este sentido, tanto expositores como visitantes coincidieron en apuntar a las oportunidades derivadas de la transformación digital como palanca de crecimiento y expansión, dado su potencial de optimizar las cadenas de producción, distribución y comercialización. Junto a ello, la gastronomía y la enología fueron protagonistas con el programa más ambicioso hasta el momento, con la presencia de varios chefs “Estrella Michelin”, algunos de los mejores sumilleres de España y la celebración del Con-



greso Gastronomía, que trajo hasta Málaga al reconocido cocinero Joan Roca. Este programa culminó el último día del Salón con el IV Concurso de Cocina Joven “Sabor a Málaga”, en el que participaron cinco escuelas de hostelería de la provincia. El certamen, patrocinado por la marca “Sabor a Málaga” y con Makro como proveedor oficial, entregó el primer premio a Nayin Márquez y Francisco Ruiz, alumnos de la Escuela de Hostelería Costal del Sol-Estepona; Alineado con el objetivo del salón de incentivar la formación y el reciclaje profesional, tuvieron lugar otras actividades, entre las que cabe destacar las ponencias “Tecnología integral para restauración”, “Cocina sin fuego, solución Rational” o “Winbi agua de mar al instante”, entre otras. Además, durante los tres días de duración del evento, la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga estuvo presente con Gastrocampus, un extenso programa formativo que incluye, entre otras, la cátedra de la Asociación de Hosteleros de Málaga (Mahos).

Fruits de Ponent defiende ante el Tribunal de la UE los intereses de sus socios

El pasado 20 de febrero el Tribunal General de Justicia de la Unión Europea, en Luxemburgo, celebró la vista correspondiente al recurso interpuesto por Fruits de Ponent Grupo Cooperativo contra la Comisión Europea por las medidas que ésta adoptó en agosto de 2014 para hacer frente a las perturbaciones del mercado de la fruta de hueso debido a la bajada de precios y al cierre de frontera para exportar a Rusia, el conocido como “veto ruso”, y que ocasionaron grandes pérdidas a sus cooperativistas. Con esta demanda, Fruits de Ponent pretende poner de relieve a instancias europeas la grave crisis que afecta al sector desde la campaña de 2014 y que ha supuesto pérdidas millonarias, además de la desaparición de muchas explotaciones agrícolas.



La facturación de la cooperativa La Palma crece un 10%

La facturación de la cooperativa hortofrutícola Granada La Palma durante la pasada campaña 2016/2017 creció un 10,21%, hasta superar los 153 millones de euros. Por su parte, la producción, ha presentado un balance muy positivo, alcanzando las 75.000 toneladas de frutas y hortalizas. El tomate cherry representa la principal producción hortofrutícola de la cooperativa, junto con el pepino, tomate de especialidad y pimiento, además de frutas subtropicales. Granada La Palma comercializa el 85% de sus frutas y hortalizas en Europa.



El concurso Toyota Logistic Design abre la votación pública

El concurso de diseño de Toyota Material Handling Europa con el tema “Entrega de paquetes. Únase a la revolución” se abre a votación pública. El premio People’s Choice Award se anunciará



en CeMAT 2018 que tendrá lugar el 27 de abril en Hannover, Alemania. El concurso de Toyota Logistic Design de 2018 pone el foco en la tendencia en auge de las decisiones de los consumidores en sus compras online. El concurso de este año ha superado a la edición del año anterior con más del doble de inscritos. Finalmente, 86 diseños han sido presentados por estudiantes de diseño de toda Europa, de los cuales han sido seleccionados 15 finalistas. La votación pública ha podido hacerse hasta el 20 de febrero de 2018. El diseño más votado recibirá el premio People’s Choice Awards de 1.000 euros. Los tres mejores finalistas y el favorito del público serán invitados a la ceremonia de entrega de premios que tendrá lugar en la feria de CeMAT en Hannover, Alemania, donde también se anunciará quién es el ganador del concurso.

Se presenta en España uno de los mejores salmones noruegos: Kvitsøy

El salmón noruego es uno de los salmones preferidos del mundo, y el Kvitsøy es uno de los mejores de Noruega. Así se demostró en la presentación que tuvo lugar en la residencia del Embajador de este país nórdico en España, Helge Skaara, quien



destacó la importancia que para Noruega tiene el salmón, una de las actividades más importantes del país que contribuye a generar tejido económico y social en lugares donde no existen muchas alternativas para implementar un desarrollo sostenible.

Para lograr ser un referente en calidad en la nación que abanderará la calidad del salmón, los pescados Ocean Quality tienen que criarse aplicando la excelencia en cada una de sus fases, desde que nacen en las frías aguas de la Isla de Kvitsøy hasta que llegan a los consumidores más exigentes, los chefs, de todo el mundo, tal y como manifestó el representante de esta empresa, Tom Roelofzen.

Bayer presenta nuevas variedades de lechuga bajo su marca Nunhems®



Bayer ha celebrado del 13 al 15 de febrero unas jornadas de demostración en campo en su estación experimental de La Palma (Murcia) para presentar, bajo su marca Nunhems®, sus nuevas variedades de lechugas que completan el calendario de suministro combinando ciclos de producción en diferentes zonas de Europa (España, Reino Unido y norte de Europa).

Fashion lanza sus primeras sandías, más tempranas que en la campaña 2017

La primera partida de sandías Fashion procedentes de Senegal ya se han lanzado al mercado y se está comercializando en los distribuidores oficiales, fundamentalmente los panelistas de Mercabarna y Mercamadrid. Así, la distribución de sandía Fashion está activa desde el mes de febrero, con un aumento de volumen previsto para marzo y la primera quincena de abril. El inicio de la campaña 2018 llega especialmente temprano respecto a la campaña anterior, que arrancó casi 15 días después en 2017.

Plátano de Canarias supera record de ventas en las primeras semanas de 2018

Las cifras de comercialización exterior de Plátano de Canarias han superado en más de 8 millones de kilos las cifras históricas de venta en las primeras semanas de 2018, alcanzando más de 51.200.000 kilos comercializados entre la Península y Baleares, así como lo exportado a destinos extranjeros. Las cifras de producción también han experimentado un crecimiento significativo, aumentando un 21% respecto al mismo periodo de 2017, hasta alcanzar alrededor de 12 millones de kilos más que en 2017.

El valor de las exportaciones de alimentos y bebidas de Irlanda aumentó un 13% en 2017

Las exportaciones irlandesas de alimentos y bebidas aumentaron un 13% en valor durante el ejercicio 2017, alcanzando los 12.600 millones de euros, lo que supone un máximo histórico. El primer lugar lo ocupa el sector lácteo que, con un crecimiento del 19%, supone un 32% de las exportaciones, seguido de la carne y animales vivos (31%), los alimentos preparados (20%), bebidas (12%) y el pescado y marisco (5%). El Reino Unido, se mantiene como el principal mercado para Irlanda, absorbiendo un 35% de las exportaciones y un crecimiento en 2017 del 7%, a pesar de la debilitación de la libra esterlina.

El mercado europeo de manzanas recupera el equilibrio

Seis meses después del comienzo de la temporada 2017-2018, el consorcio del Alto Adige VOG ha hecho balance de la campaña, confirmando las expectativas de una cosecha europea de nueve millones de toneladas de manzanas, tras tres años caracterizados por un exceso de oferta y por la caída de los precios. La disminución de la cosecha en un 25% en lo que concierne al grupo VOG ha llevado a una producción más modesta en casi todas las variedades clásicas: las Royal Gala registran un -15%, las Red Delicious un -26%, y las Braeburn un -34%. Más afectada, lamentablemente, la cosecha de las Golden Delicious, que ha caído un 45%. Las únicas excepciones han sido las Fuji, con un -4% y las Granny Smith, que han igualado la cosecha de 2016.



Syngenta presenta nuevas variedades de lechuga, escarola, espinacas y brásicas

Syngenta presentó del 12 al 23 de febrero en unas jornadas internacionales de puertas abiertas, su nueva oferta en variedades de lechuga, escarola, espinacas y brásicas. Las jornadas se celebraron en el centro de I+D de Syngenta en Torre-Pacheco (Murcia). Destacan novedades como las Baby Leaf Red Crispita y Mesclita; el Brócoli Monflor; una variedad cruce entre Col y Kale como Frisetta; las Mini-Romanas Starena y Mandelina; o la Iceberg Waikiki. Este año han participado más de 300 técnicos, productores y responsables de grandes superficies, con 200 representantes internacionales y más 100 profesionales de toda España.



La Jornada Profesional “5 al día” debate sobre la transformación digital en el sector hortofrutícola



La X Jornada Profesional “5 al día”, celebrada en Mercamadrid el pasado 7 de marzo, debatió, entre otros temas, sobre la transformación digital aplicada al sector hortofrutícola, ante representantes de empresas de distribución, mayoristas y productores del sector hortofrutícola.

Las conclusiones de este debate destacaron que sobre todo hay que trabajar en el inicio de la cadena que está menos digitalizado, porque con los datos se toman mejores decisiones de producción y además se equilibra la oferta y la demanda. Asimismo, se resaltó que también existe la cultura, que es igual o más importante que la tecnología; y que no solo hay que centrarse en la transformación digital sino también en la empresarial, con una visión más amplia.

Lanzamiento de la web del proyecto Life EPS-SURE

Life EPS-SURE, proyecto de I+D+i de reciclado de plásticos que transformará cajas de pescado en envases alimentarios, lanza su página web, www.life-eps-sure.com, para poner al alcance de la sociedad toda la transformación sobre los avances de la investigación. Con un diseño atractivo, accesible e intuitivo, el usuario podrá conocer todos los progresos del proyecto, que pretende ofrecer una solución técnica, ambiental y económicamente viable, que convierta el residuo en un producto con valor. El proyecto, iniciado en julio de 2017 y que finalizará en 2020, está subvencionado por la Comisión Europea. Coordinado por Cicloplast, cuenta con la participación como socios de la Asociación Nacional de Poliestireno Expandido (ANAPE), Coexpan, El Corte Inglés y Total Petrochemicals Ibérica.



■ Novedades Legislativas

Transporte de carne

El Reglamento (UE) 2017/1981 ha modificado las condiciones relativas a la temperatura que se exigen durante el transporte de carne, introduciendo criterios más flexibles en particular en relación con las canales o cortes de mayor tamaño, sin que aumente el riesgo para la salud pública y sin apartarse del principio de base de que la carne debe estar enfriada a 7° C por un descenso ininterrumpido de la temperatura. Estas medidas más flexibles pueden permitir que la carne llegue con más rapidez al consumidor y facilitar el comercio de carne fresca en el ámbito europeo.

IGP Ribeiras do Morrazo

El pasado mes de enero entró en vigor el Reglamento de ejecución (UE) 2018/27 por el que se aprueba la protección para de Indicación Geográfica Protegida (IGP) “Ribeiras do Morrazo” (IGP) relativa a los vinos de variedades de uvas blancas y tintas cultivadas en los términos municipales de Bueu, Cangas, Marín, Moaña, Poio, Pontevedra, Redondela y Vilaboa; todos ellos en la provincia de Pontevedra.

Litigios en materia de consumo

A finales del pasado año entró en vigor la Ley 7/2017 que incorpora al ordenamiento español la Directiva europea en materia de resolución alternativa de litigios en materia de consumo, de este modo los consumidores de cualquier Estado miembro de la unión europea tendrán posibilidad de resolver sus litigios sobre consumo con empresarios establecidos en España acudiendo a entidades, públicas o privadas, de resolución alternativa con sede en nuestro país que hayan sido incluidas en un listado nacional de entidades acreditadas y notificadas a la unión Europea. Las partes no estarán obligadas a la asistencia de abogados y el procedimiento será gratuito para los consumidores.

Esta sección ha sido elaborada por
Víctor Manteca Valdelande, abogado
Más información:

legislación nacional: www.boe.es; legislación europea: eur-lex.europa.eu;
normas autonómicas: páginas web de cada comunidad autónoma