

Los profesionales de la carne ya tienen su punto de encuentro

El Encuentro Anual de Artesanos de la Carne (EAAC), organizado por Cedecarne y Agrifood Comunicación, que cuenta con el patrocinio de ElPozo Alimentación y la empresa cárnica Loriente, ha presentado de manera oficial el programa de su primera edición que tendrá lugar en Madrid del 30 de septiembre al 1 de octubre de 2023. El acto fue inaugurado por Carlos Rodríguez, presidente de Cedecarne; y Marta Nieto, directora general de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid.

María Sánchez, secretaria general de Cedecarne; y Ricardo Miguelañez, director general de Agrifood Comunicación, fueron los encargados de presentar a los asistentes los distintos temas de actualidad que se desarrollarán durante este importante evento.

Sánchez aseguró que “es la primera vez que se lleva a cabo en España, y en Madrid, una iniciativa de estas características, que supondrá toda una revolución para los profesionales del comercio cárnico” y recordó cómo esta cita será “una gran oportunidad para las empresas cárnicas de acercarse a sus clientes, poder conocer sus necesidades y en lo que pueden colaborar”.

El encuentro se dividirá en dos días y girará en torno a diferentes temas de interés. Durante el primer día, tendrá lugar una cena en la que se llevará a cabo la presentación de la Selección Española de Carniceros, encargada de representar a los profesionales de España en concursos y exhibiciones nacionales e internacionales. A continuación, tendrá lugar una ponencia sobre ‘Carne y salud’, en la que se pondrán de manifiesto las bondades de este producto.

La jornada siguiente, que comenzará con la inauguración institucional del encuentro, estará dividida en tres bloques que abordarán distintos aspectos del sector. El primer bloque contará con una mesa redonda sobre “El futuro del sector cárnico”, mientras que en el segundo bloque se hablará sobre temas como la tecnología y su aplicación práctica y la degustación en el punto de venta.

El tercer bloque tendrá un carácter económico y comenzará con la ponencia titulada “Gestión económica y rentabilidad del punto de venta” y, a continuación, se llevará a cabo la ponencia “El relevo generacional en las tiendas”. El programa del encuentro finalizará con la ponencia “La carne y los productos cárnicos en el mundo virtual”, enfocada al uso de las redes sociales como nuevas opciones de mercado para el crecimiento del sector cárnico, y la entrega de los I Premios Artesanos de la Carne.



Los nuevos vinos de NOC y La Maldita

“Garnacha, pero buena muchacha” es el eslogan de La Maldita, marca de la bodega del mismo nombre, cuyos viñedos se sitúan en la población riojana de Briones. Se trata de un guiño al criterio cambiante con respecto a la variedad Garnacha, que décadas atrás estaba muy considerada, debido a su resistencia a las plagas y que tiempo después fue desbancada del elenco de poder por la Tempranillo, uva con mayores rendimientos.

Los elaboradores (avalados por Familia Vivanco, dedicada más de una década a recuperar la “maldita” variedad de viñedo) han lanzado cinco referencias a partir de uvas Garnacha tinta y blanca: tinto, blanco, rosado, La Maldita Revolution (agricultura ecológica) y un espumoso Brut Rosé.



En tierras toledanas de Manzaneque, Bodegas NOC es la nueva imagen de Tierra de Orgaz. Desde hace más de dos años y de la mano del empresario Carlos Galdón, la empresa vinícola ha apostado por la modernización y concreción de su marca, que parte con un bagaje de más de cien años y viñedos con personalidad única. NOC elabora cinco vinos tintos, uno de ellos ecológico, tres blancos, uno rosado y dos vinos espumosos Brut (blanco y rosado). También elabora miel 100% natural y un Aove (Aceite de Oliva Virgen Extra) de variedad Picual, en la finca de los Montes de Toledo.

Alimentaria FoodTech 2023 reunirá la oferta más transversal en tecnología para la alimentación

La innovación y las soluciones para todas las etapas productivas de la industria alimentaria estarán presentes en la próxima edición de Alimentaria FoodTech, que se celebrará del 26 al 29 de septiembre de 2023, en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, con el objetivo de impulsar la competitividad de las empresas y dar respuesta a los principales retos del sector: la automatización, la digitalización, la sostenibilidad y la seguridad e higiene de los procesos productivos.

El salón reunirá alrededor de 350 empresas expositoras -de las cuales más de un centenar participarán por primera vez- y cerca de mil firmas representadas. Handtmann, Vaessen Schoemaker, Weber e Impag Iberia -sponsors de Alimentaria FoodTech-, así como Dordal, Roser, Pujolàs, Frontmatec Intecal, Mimasa y Haratek están entre las más destacadas. Además, el salón cuenta con el apoyo de una quincena de entidades de referencia del ámbito foodtech, como la asociación multisectorial de empresas amec alimentec, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y el Instituto de Investigación y Tecnología Alimentaria (IRTA), lo que multiplicará las oportunidades de negocio para las empresas participantes.

Por sectores, los que tendrán mayor representación en el salón son el procesamiento de alimentos y bebidas, la industria 4.0 y los servicios auxiliares (65%); seguidos del packaging, refrigeración, manutención y almacenaje (15%), ingredientes (13%) y seguridad alimentaria.

En cuanto al origen de procedencia de los expositores, se estima que cerca de un 20% serán internacionales, provenientes de 15 países, como Italia (20%), Alemania (15%), Francia (13%), Países Bajos (10%) y China (8%).

Alimentaria
FOODTECH

Dalterfood Group lanza Spinoro, un queso italiano curado de leche de vaca

Elaborado en Italia siguiendo un proceso tradicional, a partir de leche de vaca 100% italiana procedente de granjas de la llanura Padana, el Spinoro es un queso curado de pasta dura con una textura granulosa fina. Caracterizado por un color pajizo puro, un aroma envolvente y un sabor fragante y delicado, es excelente para las preparaciones industriales más variadas, ya que se mezcla a la perfección con el resto de los ingredientes y se presta a múltiples usos y combinaciones. DalterFood Group, una de las principales empresas del sector lácteo nacional e internacional, lo ofrece en diferentes cortes y envases, para permitir que cada cliente encuentre el producto idóneo para potenciar el sabor de todas sus elaboraciones.

Los sobres monodosis, fabricados con material 100% reciclable, con Spinoro en hojas, láminas o escamas, son ideales para introducirlos en envases de platos preparados, ensaladas de «cuarta gama» y carpaccios de carne o pescado o en los kits de comida como ingrediente para elaborar diferentes recetas.

Quien prefiera un formato para añadir a los kits de comida preparada y ensaladas o para enriquecer bufés y aperitivos, puede optar también por los cubos. DalterFood Group ofrece este queso italiano en muchos otros cortes, como en juliana, con su forma fina y regular, que se funde de manera uniforme durante la cocción a la vez que resulta ideal para elaborar primeros platos, sopas y rellenos, o en formato rallado, perfecto para aderezos o para realzar el sabor de salsas.

Para responder a las necesidades de sus clientes y lograr la practicidad y optimización de los ingredientes, la empresa ofrece una gran variedad de cortes en bolsas de 1 a 5 kg o en formatos personalizados envasados en atmósfera protectora: esto permite que el producto se mantenga fresco durante mucho tiempo y, una vez abierto el envase, liberar todo el aroma del queso recién cortado.



Nestlé impulsa la agricultura regenerativa entre sus proveedores de cereales en España

Mejorar la calidad del suelo, reduciendo el impacto de las operaciones agrícolas en el medio ambiente y las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), así como restaurar la biodiversidad se han convertido en una prioridad en la gestión de las explotaciones agrarias que proveen de cereales a Nestlé en España.

Por ello, la Compañía ha trabajado con Fundación Global Nature, organización dedicada a la protección de la naturaleza, en un proyecto de agricultura regenerativa centrado en la producción de cereales para alimentación infantil. Este programa piloto se está desarrollando en 19 granjas agrícolas y durante 2022, como resultado de las medidas desarrolladas, Nestlé ha conseguido 4.200 toneladas de cereales que han supuesto una mejora significativa del medio ambiente y ha conllevado una reducción de un 6% de las emisiones de GEI, una mejora del suelo y de la biodiversidad y una reducción de insumos.

Además, la materia prima obtenida mediante esta iniciativa se ha empleado en la elaboración de papillas de cereales infantiles Nestlé que lleva a cabo en su fábrica de La Penilla de Cayón (Cantabria). Así, alrededor del 20% del total de los cereales utilizados para su producción ya se han obtenido a través de agricultura regenerativa. La empresa continúa trabajando en su ambición para que al menos el 50% de los cereales de las papillas Nestlé para bebés en nuestro país provengan de este tipo de agricultura para 2030.



Lemon Prim lanza su primera campaña de comunicación para dar a conocer las cualidades organolépticas de sus limones



La marca Lemon Prim lanza su primera campaña de comunicación destinada a destacar las cualidades organolépticas de sus limones y educar al público sobre las características únicas

que hacen de sus limones una opción superior. Entre ellas, destacan su sabor y aroma, su alto contenido en zumo y aceites esenciales, así como su contenido en aldehydos. Lemon Prim no pasa por un proceso artificial de desverdizado, favoreciendo la preservación de sus propiedades y resultando en una piel más natural y cargada de matices que van del amarillo al verde.

Lemon Prim llega en un momento clave de la campaña de limón. Con el fin de la variedad primofiori y la llegada de las altas temperaturas la marca propone ser la alternativa más intensa y refrescante del momento. La campaña de comunicación podrá verse en medios de comunicación especializados mediante una selección de formatos offline y online para llegar a una amplia audiencia. Adicionalmente, la marca buscará conquistar al consumidor final mediante publicaciones en Redes Sociales y colaboraciones con importantes influencers del sector gastronómico.

Los cinco paisajes de la gastronomía cántabra

Durante los meses de marzo a mayo, la gastronomía de Cantabria ha estado presente en Madrid, a través de los cocineros Sergio Bastard (La Casona del Judío), José Ramón Bustamante (El Serbal), Eduardo Quintana (La Bicicleta), Antonio González (El Nuevo Molino) e Ignacio Solana (Solana). Como anfitrión, el chef Jesús Sánchez (Restaurante Amós en Madrid), galardonado con tres Estrellas Michelin, otros tantos Soles Repsol y una Estrella Verde en el cántabro El Cenador de Amós.

El litoral, la costa, la corriente cántabra, el paisaje rural y el relieve han sido los cinco entornos reproducidos en Madrid a través de la gastronomía de tan reconocidos chefs.

Platos estrella como la merluza en su pilpil con algas y aire de codium (en el cuatro manos Sánchez-Bastard), la roca marina con cachón, codium y erizos de mar (Sánchez-Bustamante), tartar de remolacha asada con mostaza (Sánchez-Quintana), tartaleta de centollo con holandesa de su coral (Sánchez-González) o el solomillo de vaca con salsa de queso Picón (Sánchez-Solana) han formado parte de los cinco menús degustación, integrados, a su vez y cada uno, por nueve especialidades.



La nueva estrella de Mahou

La empresa familiar Mahou San Miguel, uno de los líderes del sector de bebidas en el mercado español, ha lanzado la cerveza Mahou Rosé, con la que también abre un nuevo segmento en las denominadas Lager (elaboración más lenta mediante levaduras de fermentación baja).

Con 4,8 grados, es una cerveza refrescante y golosa, hasta el punto de dejar casi en un segundo plano el amargor propio de la bebida. Se trata de una apuesta por el segmento de mercado más joven y con paladares habituados a los aromas y sabores dulces.

El grupo empresarial, con más de 130 años de historia, elabora más del 70% de la cerveza española que se degusta en el resto del mundo. Posee diez centros de elaboración de cerveza (dos de ellos en Estados Unidos). En su cartera de cervezas nacionales destacan Mahou Cinco Estrellas, San Miguel Especial y Alhambra Reserva 1925. En materia de innovación ha protagonizado la creación de nuevas categorías, como San Miguel 0,0, San Miguel ECO o Mahou Barricay se ha introducido en el segmento cider con La Prohibida.



La cocina innova entre humos y picante



Dos libros definen las nuevas tendencias en la cocina española: “Entre humo”, de José Manuel Benayas y “Mejor si pica”, de la polifacética autora Anilú Cigüeñas. Ambos editados por Planeta Gastro.

Uno de los referentes para la alta gastronomía es el ahumado, que surgió como una técnica de conservación y se ha convertido en aromatizante. Juan Manuel Benayas, creador de Barbacoa Club, primera escuela de barbacoa en España, lo sabe bien y así lo explica en la introducción de “Entre humo”. Las periodistas Eva Celada y Alicia Hernández van desgranando la experiencia de este chef de las brasas.

Las claves para el ahumado en frío (el producto se impregna de humo, pero no se cocina) y en caliente (el alimento se cocina, a la vez que se ahúma), los sistemas, herramientas y combustibles más adecuados para ahumar la mantequilla, el aceite, el arroz, el queso y hasta la sal y casi medio centenar de recetas donde el humo es el ingrediente que matiza y mejora las texturas y los aromas de los alimentos son los contenidos principales del libro. Anilú Cigüeñas realiza un viaje por el mundo de los ajíes, chiles y guindillas en su libro “Mejor si pica”; en el que participan 50 afamados chefs y bartenders de Perú, México, Argentina y España a lo largo de 90 recetas con las que “se presentan los ajíes más representativos de distintas partes del mundo y dan cuenta de cómo cada región adoptó, conservó e interpretó estos ingredientes, haciéndolos parte de su identidad”, dice la autora.

El libro recoge un abecedario picante, los usos de los diversos tipos de ajíes, chiles y guindillas, la forma de cocinarlos, el aprovechamiento de las aguas de cocción, pieles y semillas o cómo sustituirlos para elaborar las recetas con aquello que tengamos más a mano.

Corral de la Morería cumple 67 años

El considerado como el tablao flamenco más famoso del mundo, Corral de la Morería, ha celebrado su 67 aniversario a finales de mayo. Fundado por Manuel del Rey, un empresario enamorado de las artes y del flamenco, ha sido escenario de hitos icónicos en el devenir de la música y el baile flamenco, tales como la presentación de ‘Entre dos Aguas’ de Paco de Lucía, el debut y despegue profesional de Isabel Pantoja, las noches de Sabicas (seudónimo de Agustín Castellón Campos, considerado el maestro de la guitarra e impulsor de la internacionalización del flamenco) o la creación de la ya mítica soleá del mantón de la bailaora y coreógrafa Blanca del Rey, que es su actual propietaria, además de la directora Artística.

Los hermanos Juanma y Armando del Rey, segunda generación, dirigen la nueva etapa de Corral de la Morería, a través de la fusión del arte con la alta gastronomía. Esta última de la mano del chef David García. En su bodega cuenta con la carta de vinos de Jerez más importante del mundo. Esta Catedral del Flamenco en España ha conseguido tres Soles de la Guía Repsol, que se suman a la Estrella Michelin de 2018.

