



## La Plataforma Food for Life-Spain ha promovido 140 proyectos en 2023

Más de un centenar de socios de Food for Life-Spain se reunieron el pasado 12 de diciembre en Madrid en la V Asamblea de esta Plataforma Tecnológica, la más importante del sector alimentario español.

En la actualidad son más de 170 los socios -empresas, centros tecnológicos y de investigación, universidades, asociaciones y otras entidades- que forman parte de esta Plataforma liderada por la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). En el transcurso de la Asamblea se analizaron las distintas acciones desarrolladas por la Plataforma durante el año y se ha repasado la actividad de las 3 startups ganadoras de la V edición 2023 de los premios Ingenia Startup -Bread Free, Mundo Healthy y Väckä- que cuentan con la organización de FIAB y el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación.

A lo largo de este año, Food for Life-Spain ha promovido 140 proyectos que han contado con una financiación de alrededor de 160 millones de euros, lo que demuestra el compromiso de toda la cadena de valor con la innovación.

“Food for Life”- Spain es la referencia del sector en España en cuanto a las tecnologías, los proyectos y el networking de I+D+i. Su importancia e influencia a nivel sectorial, social y económico es indudable con una relevancia muy destacable no sólo a nivel de España, sino de Europa e incluso globalmente”, afirma Mauricio García de Quevedo, presidente de la Plataforma y director general de FIAB.

## El Ministerio de Agricultura y el ICEX impulsan la promoción internacional de la industria alimentaria

Con motivo de la jornada “Spain Food Nation: China, EEUU y Reino Unido, mercados estratégicos para la industria alimentaria”, celebrada en noviembre pasado, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación e ICEX España Exportación e Inversiones han afianzado su alianza estratégica al renovar el convenio de colaboración Spain Food Nation, que busca fortalecer la imagen de calidad y excelencia de los alimentos y vinos españoles en los mercados internacionales.

Dotado con casi 4 millones de euros, esta quinta reedición del acuerdo, que inició su andadura en 2020, pretende redimensionar el posicionamiento de los alimentos y bebidas españolas en el exterior, con una estrategia reforzada a partir de las conclusiones de los trabajos de los consejos asesores que han estado trabajando durante este 2023.

José Miguel Herrero, el director general de Industria Alimentaria del MAPA, encargado de dirigir la jornada junto a Elisa Carbonell, directora general de internacionalización de la empresa de ICEX, destacó la virtud de este acuerdo que “ha ido evolucionando a medida que se ha ido superando la necesidad de reivindicar la excelencia y seguridad de los alimentos españoles para poner el foco en la promoción en mercados estratégicos y en acciones de gran impacto donde los objetivos de MAPA y de ICEX son coincidentes”.

Por su parte, la directora general de internacionalización de la empresa de ICEX, Elisa Carbonell destacó que “los resultados en términos de alcance para empresas e impactos al consumidor final han sido espectaculares: tanto por la repercusión en medios, como por participaciones empresariales en todos los eventos de RRPP que se han organizado en estos cuatro años, con más de 3.000 empresas españolas implicadas, 27.000 profesionales internacionales y más de 23.500 reuniones de negocio”.





## Nuevas ofertas vegetales de BENEIO

**B**asándose en el éxito de la adquisición de Meatless B.V. el año pasado, BENEIO ha desvelado el siguiente hito en su viaje con base vegetal en Fi Europe 2023. Previsto para principios de 2024, el fabricante de ingredientes ampliará su gama de productos semiacabados para incluir Meatless® Beef Bites y Minced Meat de origen vegetal. Disponibles como congelado, los productos Meatless® Beef Bites y Minced Meat se elaboran con micoproteína y proteína de guisante y se enriquecen con colorantes. Además, su sensación grasa y jugosa en la boca permite reducir el contenido de grasa en los productos finales, lo que se ajusta perfectamente a la evolución de las preferencias de los consumidores.

## Los vinos de la D.O. Arlanza se dan a conocer en Madrid



**A**l sur de la ciudad de Burgos y al este de la de Palencia, entre los ríos Arlanza y Arlanzón, se extienden las 450 hectáreas de viñedo con que se elaboran los vinos de la castellana Arlanza.

Esta Denominación de Origen ampara a cerca de treinta bodegas y productores que elaboran sus vinos con un estilo propio, tal y como explica Ramiro García, presidente del Consejo Regulador: "Son vinos que tienen su origen en unos viñedos recónditos, marcados por la altitud donde se encuentran y por las condiciones extremas sobre las que se desarrolla y madura la uva, con grandes diferencias de temperatura entre el día y la noche".

A principios de noviembre mostraron en Madrid una selección de sus vinos más representativos: Aire Norte Blanco 2022, de Bodegas Palacio de Lerma; Dominio de Manciles Rosado 2022, de la Bodega Copaboca Arlanza; Cornitero Tinto Maceración Carbónica 2022, de la Bodega Valdesneros; Boticario de Silos Tinto 2021 de Bodegas Septién; Gran Lerma Tinto 2016 de Bodegas Lerma y Buezo Nattan Reserva 2005, de Bodegas Buezo.

La cata tuvo lugar en el restaurante La Tahona, del grupo Asador de Aranda, destacando el maridaje realizado entre el tradicional lechazo asado, una de las especialidades del establecimiento, con vinos blanco y rosado. Un tinto de maceración carbónica (fermentación de la uva en racimos completos y sin oxígeno) y otros tres tintos de crianza han completado la armonía hasta los postres.

## InterSICOP 2024 reúne en Madrid a la industria de la panadería, pastelería, heladería y café

**P**ascual ha firmado un contrato de licencia con Mondelez Internacional para utilizar la marca Milka dentro del negocio de batidos para Iberia (España y Portugal). La alianza se materializa, en una primera fase, con la cesión de licencia de la marca Milka, pero ambas compañías no descartan ampliar el acuerdo a más enseñanzas en un futuro próximo.

El nuevo 'MilkaShake', que se producirá en el Complejo Industrial de Aranda de Duero de Pascual, es la combinación de la cremosidad y ternura del chocolate Milka con un 92% de Leche Pascual de Bienestar Animal. Un producto indulgente, pero nutritivo, en formato de 200ml disponible en vaso y en brik. Se comercializa tanto en supermercados, hipermercados, etc., como en el canal hostelería.



## Ecovalia promueve la “Hoja Verde”

La Asociación Profesional Española de la Producción Ecológica (Ecovalia) ha presentado ante la prensa española una aproximación al balance de la campaña “El futuro está en tu mesa con la hoja verde”, de la que también forma parte la organización portuguesa Agrobio.

Su objetivo es promocionar los alimentos ecológicos europeos, además de dar a conocer la Eurohoja, el certificado europeo de alimentación bio. Aunque la campaña se anunció en abril de 2023, su duración es de dos años y está financiada en un 80% por la European Research Executive Agency de la UE.

El presupuesto (para el bienio 2023-2024 en España y Portugal) es de 1,5 millones de euros cuya financiación se completa desde las organizaciones de ambos países, Ecovalia y Agrobio, con el 20% restante. La Unión Europea la incluye, a su vez, dentro de las campañas “Enjoy, it’s from Europe”, destinadas a incrementar la visibilidad de los alimentos de Europa.

Promociones en los mercados de abastos de varias ciudades españolas, el concurso BioRestauración (con dos categorías y una dotación de 9.000 euros en premios), el programa escolar EducaBio (beneficia a un millar de alumnos de ocho comunidades autónomas) o la participación en ferias profesionales como Natexpo y Biocultura

han sido las principales acciones llevadas a cabo por Ecovalia durante el presente ejercicio.

Fuentes de Ecovalia reconocen que, si bien el consumo de productos ecológicos en España es del 3%, se espera que alcance 7 puntos porcentuales más hasta 2030. Además, animan a que la Administración se implique en el sector, destinando el 30% de las compras públicas a productos ecológicos, “de un presupuesto total que, en alimentación, alcanza los 1.500 millones de euros”, dice uno de los responsables de Ecovalia.



## Los quesos que preferimos los españoles

En España existen 150 tipos de queso; sin embargo, casi las tres cuartas partes de los consumidores desconoce esta diversidad. Es una de las principales conclusiones del estudio realizado por la empresa Ipsos para INLAC (Organización Interprofesional Láctea), presentado en Madrid en noviembre pasado.

Para el 80% de los consumidores de queso los de Castilla-La Mancha son los más conocidos, seguidos por los asturianos, gallegos y extremeños (estos últimos conocidos por el 47% de los encuestados). Los quesos de Cantabria, País Vasco, Cataluña, Baleares y La Rioja son conocidos por un máximo del 40% y del 21%, respectivamente para la primera y la última comunidad citada.

Según este informe de INLAC, en España el consumo de quesos ha crecido el 37% durante los dos últimos años, aunque existen peculiaridades si se atiende a los distintos segmentos de población por edades. Así, por ejemplo, en el tramo de adultos a partir de los 36 años se da un estancamiento en el consumo de estos derivados lácteos. No obstante, la mayoría de la población española (94% según el informe de Ipsos) identifica los quesos como alimentos saludables dado su contenido en calcio y sus valores nutricionales. Para el 98% son, además, parte importante de nuestra cultura y cumplen con aspectos tales como la producción sostenible, que respeta el medioambiente, el bienestar animal o también el apoyo a ganaderías y fabricantes locales.

La compra del queso suele hacerse en los supermercados (74%), siendo el precio uno de los factores clave en la elección. Los consumidores jóvenes prefieren el canal Horeca para degustarlo.



## El cuatro por dos de Masaveu Bodegas

**D**os territorios (terroirs) de dos bodegas para cuatro vinos, catados por los asistentes al Centro Riojano de Madrid, a primeros de diciembre. Tal es el resumen del evento organizado por Masaveu Bodegas. El grupo empresarial ha mostrado así su filosofía de trabajo en dos de sus cinco bodegas, situadas en Castilla y León (Leda) y Rioja Alavesa (Murúa).

En la cata se degustaron Murúa Blanco Fermentado en Barrica 2021, Más de Leda 2019, Leda Viñas Viejas 2019 y Guarda de Leda Selección 2019 (los tres últimos, tintos), que armonizaron una tradicional merienda riojana.

Bodegas Murúa, ubicada en la villa de Elciego, Rioja Alavesa, fue la primera de las cinco bodegas del grupo empresarial, que la adquirió en 1974. Elabora 250.000 botellas anuales.

En la vallisoletana localidad de Tudela de Duero, en una antigua casona del siglo XVII a orillas del citado río, se encuentra Bodegas Leda (fundada por el reconocido enólogo Mariano García en 1998). Con cepas viejas de la variedad tempranillo y un parque de 350 barricas repartidas en tres calados subterráneos distintos, Leda elabora artesanalmente 60.000 botellas de los tres vinos antes mencionados.

Además de en D.O.Ca Rioja y en Castilla y León, Masaveu Bodegas está presente en la D.O.Rías Baixas, con la bodega Fillaboa, en la D.O.Navarra, con Pagos de Araiz y en Asturias, con la sidra de hielo Valverán.

Masaveu Bodegas, que forma parte de la corporación del mismo nombre, tiene intereses en sectores diversos tales como el industrial, el de aparcamientos, inmobiliario, inversiones internacionales o médico, aunque también en el arte, a través de sus colecciones de pintura, música y primeras ediciones de libros, o en el ya citado sector vitivinícola.



## Cómo degustar el mejor salmón noruego

**D**ice el chef Sergio Fernández (Cocinamos contigo) que cerca del 80% de los consumidores españoles come salmón, por lo que recomienda seleccionar los distintos tipos de piezas según el momento de consumo; “el lomito es más para el desayuno, las colitas pueden emplearse enharinadas y fritas, mientras que la ventresca es idónea para el tartar del almuerzo o de la cena”, dice el cocinero.

Fernández ha sido uno de los conductores del evento degustación donde se ha presentado la campaña “Salmón Ohh Clock”, que ha tenido lugar en Madrid a mediados de noviembre pasado, organizado por el Consejo de Productos del Mar de Noruega. “Salmón Ohh Clock” se refiere a las nuevas formas de preparación del producto atendiendo al momento de consumo.

Durante el showcooking le acompañó la actriz Raquel Meroño, en calidad de ganadora de la quinta edición de MasterChef Celebrity, que ha elaborado una de las dos recetas de salmón para el momento del desayuno.

“El salmón de Noruega es uno de los alimentos más versátiles que existen, porque puede acompañarnos durante el desayuno, para un picoteo a media mañana, para almorzar, una merienda o en la cena”, dice Tore Holvik, director del Consejo de Productos del Mar de Noruega; “es un pescado de gran calidad nutricional que los consumidores tienen a su disposición en pescaderías y supermercados todo el año”.

Holvik asegura que el consumo de salmón ha crecido de forma exponencial durante los últimos años “la previsión es que seguirá haciéndolo en el futuro, ya que el Salmón de Noruega encaja a la perfección con los gustos y preferencias de los españoles y con la afamada Dieta Mediterránea, considerada la mejor del mundo”; “así que noruegos y españoles estamos hermanados por el aprecio por la buena gastronomía”.

