

## Cuatro especialidades de la charcutería italiana con denominación



**S**alamini italiani alla Cacciatora, Zampone Módena, Cotechino Módena y Mortadella Bologna son las cuatro marcas de calidad del programa “A Slice of Quality” (“Una porción de calidad”), iniciativa de la REA (European Research Executive Agency) para promover el consumo de los derivados cárnicos entre los consumidores de los mercados belga y español.

De entre las cuatro especialidades, la más conocida en el mercado español es la IGP Mortadela de Bologna, producto que existe en todo el mundo, si bien su receta es originalmente italiana y data de una primera receta documentada en 1661.

Durante el acto de presentación de la citada campaña europea en Madrid, la gerente de Carnimad (Asociación de Carniceros y Charcuteros de Madrid), María Sánchez, aportó algunos datos a propósito del sector en España, con más de 25.000 puntos de venta, una facturación de 4.900 millones de euros y 23.000 empresas.

## Un cómic sobre los vinos de Burdeos

**L**as denominaciones Château Margaux, Château Mouton-Rothschild o Château D'Yquem son nombres vinculados a Burdeos, capital de la Aquitania francesa, que son citados en películas tan icónicas como, por ejemplo, las pertenecientes a la franquicia de James Bond.

Ahora, de la mano del guionista Miguel Gómez Andrea y del ilustrador Paco Camallonga, mediante la iniciativa de la empresa distribuidora FAP Grand Cru, se puede disfrutar de su historia a través de la mirada de Isabel y Alberto, protagonistas de la novela gráfica “Reencuentro en Burdeos”.

En la novela, prologada por el reputado enólogo español Telmo Rodríguez, no sólo aparecen los afamados castillos del país galo, sino también restaurantes como Lakasa (Madrid) o Atrio (puntuado con tres Estrellas Michelin) en Cáceres.



## ANGED analiza la evolución del comercio minorista

**S**egún el informe de la distribución de la Asociación de Grandes Empresas de Distribución (ANGED) las ventas del comercio minorista en la Unión Europea crecieron en 2022 entre el 0,7% y el 1,1%, siendo Francia el único país que ha crecido más que España. Alemania, por su parte, ha experimentado su primera caída de la última década.

En el mercado español, las ventas del comercio minorista aumentaron el 12,5% durante el pasado ejercicio, hasta los 286.507 millones de euros. En el consumo de los hogares, el comercio pesa el 39%, un punto porcentual menos que en 2021.

El informe de ANGED identifica a un consumidor más racional e incluso reactivo al precio (el 23% de los compradores españoles reconocen conocer el precio de los productos y el 48% se da cuenta de los cambios)

Otros indicadores son el aumento del 6% en la frecuencia de compra, con cestas que se han reducido el 5,5% en tamaño y con productos de menor valor. La marca de la distribución ya alcanza el 46% de cuota, con un crecimiento del 16% en 2022.

En cuanto a la estructura del sector, en países como Francia y Alemania existe una mayor concentración de las empresas minoristas, pues los diez primeros distribuidores suman una cuota de mercado del 40%. En España, por el contrario, existe una mayor densidad comercial, aunque el tamaño empresarial sea menor.