

David Martínez Fontano, nuevo presidente de Mercasa



La Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración de Mercasa acordaron el pasado 27 de junio el nombramiento de David Martínez Fontano como presidente de la compañía. Previamente, el Consejo de Administración de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) había aprobado la propuesta de nombramiento, una vez que la candidatura de David Martínez Fontano había sido elevada por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

David Martínez Fontano está considerado como uno de los principales expertos en distribución mayorista de alimentación y en logística. Acumula una amplia experiencia a nivel nacional e internacional después de haber desarrollado su carrera profesional como directivo en España en compañías como Carrefour, PwC, Canelafoods y Makro, además de Metro en Alemania. Su último destino ha sido en Logista Italia, donde ha ejercido como consejero delegado hasta este mismo año.

En la misma reunión de la Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración de Mercasa se procedió también a la designación de Macarena Olona Choclán como secretaria general y del Consejo.

Macarena Olona Choclán ingresó en el Cuerpo de la Abogacía del Estado en 2009 y desde agosto de 2013 ha sido la responsable del mismo en el País Vasco. Experta en Derecho Concursal y Régimen Local, entre otros cometidos también ha ejercido como consejera de la Autoridad Portuaria de Pasajes y como coordinadora del convenio de asistencia jurídica con la Fundación pública Centro Memorial para las Víctimas del Terrorismo

Premio a Mercamadrid por la promoción de una alimentación saludable

La Unión Mundial de Mercados Mayoristas ha reconocido, con la distinción de oro de los WUWM Awards 2017, la labor de Mercamadrid en la promoción de una alimentación saludable, incluida como elemento estratégico en la visión de la compañía. El premio, que fue entregado en el congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas celebrado en Roma entre el 17 y 19 de mayo, destaca la apertura a la sociedad de Mercamadrid y el desarrollo de diferentes acciones durante 2016, incluidas, entre otras, las actividades dirigidas a las escuelas profesionales de cocina y estudios universitarios sobre la cadena alimentaria, los programas de visitas guiadas orientados a la ciudadanía y escolares, y las actividades dirigidas a grupos de interés gastronómicos.



Mercabarna organizará el congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas en abril de 2018

Mercabarna organizará el 33º Congreso Internacional de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM, World Union Wholesale Markets), que se celebrará en Barcelona, del 16 al 18 de abril de 2018, coincidiendo con la Feria Alimentaria. El certamen acogerá unos 300 delegados de unos 30 países, entre representantes y empresarios de los mercados alimentarios más importantes del mundo, sobre todo mayoristas pero también minoristas. Bajo el lema “Los mercados del futuro: responsables y eficientes”, el congreso tratará sobre la responsabilidad social de los mercados hacia la sociedad y el medio ambiente.

El congreso de abril de 2018 será la sexta ocasión en que España organiza este tipo de encuentros de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas, tras los celebrados en Madrid (1973), Barcelona (1992), Valencia (1999), Palma de Mallorca (2010) y Madrid (2012). La Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM) es una asociación internacional sin ánimo de lucro, con más de 300 mercados mayoristas y minoristas de 50 países. España está representada en la Unión Mundial de Mercados Mayoristas por Mercasa, que forma parte del Consejo de Dirección de este organismo internacional, y las 23 Mercas de la red Mercasa.

Mercasa y el Ayuntamiento de Zaragoza invertirán 6 millones de euros en un nuevo matadero de porcino en Mercazaragoza

Mercasa y el Ayuntamiento de Zaragoza han acordado la inversión de 6 millones de euros en un nuevo matadero de porcino en Mercazaragoza. Las nuevas instalaciones formarán parte de un edificio de nueva planta, adosado al matadero, de 1.450 metros cuadrados construidos en dos plantas. Su diseño permitirá mejorar la calidad del faenado y minimizar el espacio necesario, aunque tendrá en cuenta la posibilidad de nuevas ampliaciones, modificaciones legislativas o mecanizaciones. De igual forma, se minimizarán los consumos energéticos de agua caliente sanitaria, agua de limpieza, vapor y aire comprimido. La operatividad de la nueva infraestructura incluye circuitos de conexión con las actuales instalaciones, con especial atención a los circuitos de residuos.

La ampliación de los terrenos de Mercazaragoza es otra de las necesidades prioritarias para atender las demandas de los operadores. Por ello se ha proyectado una ampliación de los terrenos en la zona anexa a las actuales instalaciones ferroviarias, sin renunciar a la ampliación futura de Mercazaragoza mediante la incorporación de terrenos disponibles al otro lado de la carretera de Cogullada. El acuerdo entre los socios -el Ayuntamiento de la ciudad y Mercasa- permite también que Mercazaragoza pase a tener una duración indefinida, lo que afrontar sin incertidumbres los proyectos en los que está trabajando en los últimos años.



La Cooperativa El Progreso distingue a todos sus presidentes en la gala institucional de su centenario

La Cooperativa Oleovinícola El Progreso de Villarrubia de los Ojos (Ciudad Real) celebró el pasado 26 de mayo la gala institucional de su centenario, donde reconoció a sus 12 presidentes desde el año 1917, año de su fundación, y a los presidentes de las cooperativas La Manchega y La Labradora en el momento de la fusión, que tuvo lugar en 1967. El acto, que contó con más de 2.000 asistentes, fue presidido por la ministra de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina, y el presidente de Castilla-La Mancha, Emiliano García-Page. El actual presidente de la cooperativa, Cesáreo Cabrera, en un discurso cargado de agradecimientos a los cientos de trabajadores que en estos años han pasado por la cooperativa y a los socios, puso en valor los grandes hitos alcanzados en estos cien años de historia, así como los retos que afrontará en el futuro la entidad.



Aumenta la concienciación de las familias en la lucha contra el desperdicio alimentario



Los resultados anuales del estudio de cuantificación del desperdicio alimentario en los hogares españoles y los últimos datos disponibles relativos al periodo otoño-invierno 2017, confirman que entre octubre de 2015 y septiembre de 2016 los hogares españoles tiraron a la basura 1.245,9 millones de kilos de alimentos en condiciones de ser consumidos (24 millones de kilos semanales), lo que constata la concienciación de las familias en la lucha contra el desperdicio alimentario, ya que esta cifra supone una reducción del 6% respecto al período anterior, es decir, se tiraron a la basura 80,1 millones de kilos menos. Las categorías de verduras y sopas son las únicas que no contribuyen al incremento del desperdicio de alimentos sin elaborar. Las categorías de frutas, lácteos y cárnicos son las que peor evolucionan. Estos datos fueron presentados por el director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Fernando Burgaz, en la reunión de la VIII Comisión de Seguimiento de la Estrategia “Más alimento, menos desperdicio”.

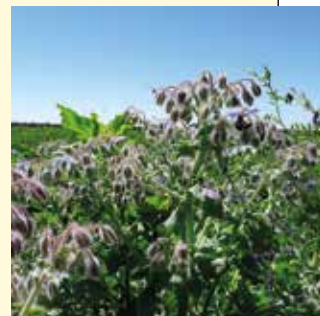
El presidente de Primaflor, premiado por su trayectoria y compromiso tecnológico

Lorenzo Belmonte, presidente de Primaflor, recibió el pasado 15 de junio el “Premio por el Compromiso Tecnológico” por su trayectoria laboral. El Ayuntamiento de El Ejido acogió la cuarta edición de estos galardones, impulsados por La Voz de Almería, Agricultura 2000 y Cadena Ser; que reconocen a empresas, entidades y personas cuyo compromiso con el sector de la agricultura merece ser destacado.



Apis y Syngenta ponen en marcha un proyecto de agricultura sostenible en Extremadura

La agroalimentaria Apis y la agrotecnológica Syngenta han puesto en marcha en una parcela piloto en Extremadura el proyecto “Operación Polinizador”, cuyo objetivo es generar hábitat en entornos agrarios que acojan a especies de insectos beneficiosos para el cultivo, mientras que se contribuye a la protección ambiental del entorno. El plan, que trata de extender la biodiversidad en zonas de producción de tomates, es una iniciativa formulada por la empresa Syngenta que pretende ser extendida al tres por ciento de la superficie de cultivo de Apis en los próximos dos años. La “Operación Polinizador” cuenta con más de 11 años de investigación y consiste en la plantación, en los márgenes de las parcelas, de mezclas específicas de flores que se han comprobado que sirven de alimento y hábitat para especies de insectos beneficiosos para la agricultura.



Libros

55 verdades sobre lo que comes y que nadie te había contado

LID Editorial acaba de publicar el libro “55 verdades sobre lo que comes y que nadie te había contado”, cuya autora es Pilar Plans, experta en alimentación, que ha elaborado un libro práctico, divulgativo, claro y directo, cuyo objetivo es desmontar mitos y poner sobre la mesa todo lo que debemos saber cómo consumidores: conceptos alimentarios y las bases que permiten conocer mejor los nutrientes que forman parte de nuestra alimentación, los productos con calidad diferenciada y las nuevas tendencias gastronómicas. El libro, con prólogo de Juan Pozuelo y epílogo de Mario Sandoval responde, entre otras cosas, a preguntas como qué es una proteína o un antioxidante y para qué sirven, la diferencia entre una denominación de origen y una indicación geográfica protegida, si es lo mismo un alimento ecológico, biológico, orgánico, bio o eco, o qué es una dieta vegana, macrobiótica o flexitariana.



Nuchar presenta su nueva gama de hamburguesas de productos del mar

La marca Nuchar, propiedad de la compañía Foncasal Trading, acaba de lanzar al mercado su línea de hamburguesas refrigeradas de productos del mar, elaborada únicamente a partir de pescado y marisco, pasteurizada y de larga caducidad en frío. La gama está compuesta por recetas de pulpo, langostino, cangrejo ruso, y mejillones y algas, todas en blíster de 6 unidades de 25 gramos cada una, y una última con un mix de tres de las referencias (dos de pulpo, dos de cangrejo y dos de mejillones). Se trata de un producto ya cocido, para su consumo en frío o caliente, bien a la plancha o en microondas.



Única Group recibe el Premio a la Cooperativa del Año 2017

La cooperativa Única Group ha sido elegida “Cooperativa del Año” en los premios que otorga Cooperativas Agro-alimentarias de España anualmente. Asimismo, han resultado reconocidas Cooprado, Clun y Unió Corporació Alimentària. En esta edición, los premios se establecieron en base a cuatro categorías: Cooperativa del Año, Desarrollo Rural, Igualdad de Oportunidades e Innovación. El presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de España, Ángel Villafranca, destacó la complejidad para elegir a las cooperativas finalmente ganadoras, dado el alto nivel de las candidatas en cada una de las categorías, además de la alta participación. El jurado destacó la apuesta de Única Group por la integración con el Grupo AN, lo que le convertirá en la quinta cooperativa de frutas y hortalizas de Europa.



El Consorcio VOG producirá la manzana Crimson Snow

El Consorcio VOG ha firmado un acuerdo con Kiku Variety Management para cultivar la manzana roja Crimson Snow en 100 hectáreas de terreno del Alto Adige-Südtirol y comercializarla en Europa. Así, una nueva manzana Club se suma a la producción del Consorcio que, a partir de 2020, trasplantará los manzanos para cultivar la Crimson Snow. Esta manzana se caracteriza por su cáscara de color rojo púrpura y su pulpa blanca. Originaria de Australia con la denominación varietal “MC38”, ha sido creada por Kiku Variety Management, licenciataria mundial de la variedad y poseedora de los derechos de la marca. La manzana Crimson Snow presenta una alta conservabilidad: tiene una capacidad de almacenaje que se prolonga a lo largo de casi doce meses, manteniendo intactas sus características. Resulta apta, por tanto, para la venta en la segunda parte de la temporada, cuando las demás variedades de piel roja ofrecen una menor disponibilidad.



Técnicas de cultivo de la Denominación de Origen Protegida “Cereza del Jerte”

En la zona predominan las explotaciones de muy pequeña dimensión.

De acuerdo con los datos recogidos en el Registro de Productores de la Denominación de Origen Protegida “Cereza del Jerte” el tamaño medio se sitúa en 1,6 Ha., siendo de 4,5 el número de parcelas por explotación.

La mayor parte de las explotaciones recurren a la mano de obra familiar para realizar las tareas principales, especialmente la recolección, una de las más arduas y que exige un elevado grado de adiestramiento por ser totalmente manual y por la delicadeza y fragilidad del fruto.

La recolección abarca entre 12 y 15 semanas, en condiciones climatológicas normales y se extiende desde finales de abril a principios de agosto.

Una vez que el fruto se ha recolectado se procede al laboreo, que exige la atención parcial y discontinúa del agricultor.

Debido al carácter accidentado de la zona y a las tortuosas pendientes, la inversión en horas de trabajo es muy elevada. Las labores que mayor tiempo acaparan al agricultor son las de abonado y arado.

Los marcos de plantación están condicionados por la estrechez de los bancales que, en una altísima proporción, no admiten más de una única línea de árboles.

La Denominación en Cifras

Del Registro de Productores y explotaciones de la Denominación de Origen “Cereza del Jerte” del presente año se desprenden los siguientes datos.

- Los agricultores con explotaciones inscritas ascienden a 3.839 Ha.
- La superficie total de las explotaciones inscritas alcanza 6.799 Ha.
- La producción potencial, según la media de los últimos años, de las variedades avaladas se sitúa en 7.987.140Kg.
- El número de árboles inscritos es de 180.174.

Las empresas / almacenes que en la campaña de 2014 están inscritas a la D.O.P. “Cereza del Jerte” aparecen reflejadas en el cuadro siguiente

Empresas y almacenes inscritos en la D.O.P Cereza del Jerte

Empresa.....	Localidad
Agrupación de Cooperativas Valle del Jerte. S.C.L	Valdastillas
Cooperativa del Campo	Navaconcejo
Grupo Alba Internacional	Plasencia
Valgreen S.L	Cabezuela del Valle
Campo y Tierra del Jerte S.L.	Cabezuela del Valle
Cherryland, S.L.	Navaconcejo
Total empresas inscritas	6

Los españoles consumieron 830 millones de litros de zumos y néctares en 2016

La Asociación Española de Fabricantes de Zumos, Asozumos, celebró el pasado 20 de junio el Día Mundial del Zumo que, en su séptima edición, se consolida como una fecha clave para la industria de los zumos, donde el sector trata de poner en valor las características de este producto dentro de una dieta equilibrada. Para celebrar este día, Asozumos organizó una jornada, celebrada en el Ministerio de Agricultura, bajo el lema “Del campo a la mesa”, donde se analizó la situación del sector productor, transformador y comercializador de frutas frescas y vegetales transformados, entre las que se encuentran los zumos.

El presidente de Asozumos, Javier Lorenzo, presentó los datos de consumo de zumos en España durante 2016, procedentes del último informe elaborado por la Asociación de la Industria de Zumos y Néctares de la UE (AIJN), en el que se observa una disminución del 6,28% con respecto a 2015, pasando de 886,46 millones de litros a 830,82 en el último año.



Postres Reina, entre las diez marcas más elegidas por los consumidores españoles

Postres Reina se sitúa un año más entre las diez marcas de alimentación preferidas por los consumidores españoles. Estos datos se desprenden del estudio Brand Footprint 2017, realizado por Kantar Worldpanel entre una amplia muestra de los hogares españoles. Según estos datos, el 45,8 por ciento de los hogares españoles compraron Postres Reina en 2016 y repitieron esta compra una media de 5,3 veces al año. Estos resultados han hecho que la marca se sitúe en la décima posición del ranking. La gran apuesta de Postres Reina por la constante innovación, el trato cercano con los consumidores y el desarrollo de nuevos productos, hacen que Postres Reina esté entre las marcas preferidas por el consumidor español.

El Ministerio de Agricultura promociona el consumo de frutas de temporada



El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) ha puesto en marcha una iniciativa para promocionar, hasta finales del mes de septiembre, el consumo de frutas de temporada, en especial de la fruta de hueso, producto propio de la estación estival. La campaña se va a desarrollar en dos fases. La primera de ellas, que se prolongará durante los meses de verano, se iniciará con la instalación de lonas con fotografías de frutas de temporada estival, en las sedes del Ministerio situadas en Atocha, Plaza de San Juan de la Cruz y calle Almagro.

Además, durante estos meses se llevarán a cabo actuaciones de publicidad exterior en autobuses de Madrid, Barcelona y otras cinco capitales de provincia situadas en las zonas costeras con mayor afluencia turística durante estos meses. Durante la segunda fase, que se desarrollará a partir del 15 de septiembre, se realizarán acciones de publicidad en Internet, con la inserción de distintos tipos de banners en sitios web de interés para la campaña.

STEF Iberia compra la sociedad Transports Badosa

El grupo logístico STEF Iberia ha adquirido el cien por cien de la empresa Transports Badosa, con sede en Les Preses (Girona). Transports Badosa fue fundada en 1970 y cuenta actualmente con una plantilla de 76 personas y una flota de 34 vehículos. En 2016 alcanzó una cifra de negocios de 12,6 millones de euros. STEF es un grupo especializado en la logística del frío y gestiona servicios de transporte y almacenaje de productos alimentarios, ya sean materias primas o productos transformados. Esta multinacional tiene 16.000 colaboradores en siete países (Bélgica, España, Francia, Italia, Holanda, Portugal y Suiza), 219 plataformas o almacenes y una flota de 1.900 vehículos y 1.950 remolques frigoríficos. La firma cerró el ejercicio 2016 con una cifra de negocio de más de 2.824 millones de euros.

De la compra online a la compra cognitiva: una experiencia real



Según el estudio de IBM “El consumidor es el canal”, el 94% de los directivos de la industria de distribución afirma que sus empresas tienen previsto invertir en capacidades cognitivas durante los próximos cinco años. A través de su plataforma en la nube Watson, IBM ha desarrollado una serie de capacidades cognitivas al servicio de la industria de la distribución. Estas capacidades o APIs permiten que un retailer cognitivo sea capaz de comprender el significado de las imágenes y del lenguaje natural, aprender de las interacciones y analizar el comportamiento del cliente para dar recomendaciones personalizadas; razonar, formular hipótesis y extraer conclusiones integrando además datos externos; y facilita la innovación en el diseño y desarrollo de producto.

Grupo AGF Fashion renueva y amplía su programa de visitas a colegios

Con el objetivo de concienciar sobre la importancia y beneficios saludables que aporta el consumo de fruta de forma diaria tanto en niños como en adultos, el Grupo AGF, productor de la sandía sin pepitas Fashion, ha renovado y ampliado su programa de visitas a colegios. Esta acción, que comenzó el pasado 25 de mayo el Colegio Público Ciavieja de El Ejido (Almería), se ha desarrollado durante las últimas semanas del curso escolar 2016-2017 y ha recorrido numerosos colegios de la costa levantina desde el poniente almeriense a Tarragona, coincidiendo con la zona de producción fashion y ciñéndose al calendario de las zonas de producción.



La empanada de atún de Chousa, galardonada con el premio “Sabor Superior”

Las empanadas y empanadillas de atún de la firma gallega Chousa han recibido un prestigioso galardón a nivel europeo: el premio “Sabor Superior” con 2 Estrellas que otorga el International Taste & Quality Institute (iTQi), lo que la califica como un producto con un “Sabor Sobresaliente”. La actividad de esta empresa está avalada también con la puntuación más alta por sellos como BRC, IFS o Galicia Calidade. Además, cuenta con la certificación de “Energía 100% Renovable” en todas sus plantas de producción.



Crown presenta sus últimas novedades en el SIL 2017



Crown, empresa dedicada a la manipulación de mercancías, presentó sus nuevas soluciones para mejorar la eficiencia en almacenes y aumentar la productividad en la XIX edición del Salón Internacional de la Logística (SIL), celebrado en Barcelona del 6 al 8 de junio. En concreto, las novedades incluyen una nueva transpaleta eléctrica WP 3010, su nueva versión de la carretilla recogepedidos Wave, y sus tecnologías de automatización basadas en la identificación por radiofrecuencia para sus carretillas trilaterales de la serie TSP AutoFence y AutoPositioning System. Junto a ello, en SIL 2017 Crown expuso otros productos destacados, como su gama de carretillas contrapesadas altamente polivalentes, que incluye la SC 6000 eléctrica y la serie C-5 propulsada por GLP, las carretillas retráctiles de la serie ESR 5200 y la serie WT 3000 de transpaletas eléctricas.

¿Qué opinan los españoles del pan?

El estudio “Hábitos y consumo de pan en España” presentado por Pan cada Día y Simple Lógica destaca que 9 de cada 10 españoles comen pan porque les gusta. Éste es el motivo principal de una encuesta realizada a más de 2.000 casos y de donde se desprende que el 92,6% de la población ingiere pan con asiduidad, siendo la modalidad blanca la preferida por el 75,1% de los consumidores, por delante del integral que es consumido por un 28,2%. En cuanto al formato preferido por los españoles en función de la hora del día, prevalece la barra en todas las franjas horarias, seguida por baguette, la chapata y pan de molde. De hecho, la hora de comer es cuando más pan se ingiere y la merienda cuando menos, especialmente porque cada vez se prescinde en mayor medida de ese tentempié. Por otra parte, el presidente de la asociación española de la industria de panadería, bollería y pastelería (ASEMAC), Felipe Ruano, ha presentado los datos anuales del sector. En 2016, el consumo de pan en el hogar alcanzó un volumen de 1.521 millones de kg, lo que supuso un descenso del 3% respecto a 2015. Sin embargo, el sector de la bollería y pastelería sigue creciendo casi un 10% respecto al año anterior.



El observatorio de precios del sector platanero comunitario marca objetivos hasta 2020

El sector platanero comunitario, representado por la Asociación de Productores Europeos de Plátano y Banana (APEB) y formado por los representantes de las asociaciones de organizaciones de productores de plátano y banana de las regiones ultraperiféricas de España, Francia y Portugal, se reunieron el pasado 15 de junio en París para dar un nuevo paso en la defensa del sector de cara a los objetivos fijados para 2020. En el caso del mercado español, se analizó la evolución de las importaciones, destacando la tendencia continuada de crecimiento desde países ACP, que atienden el mercado europeo sin ningún tipo de arancel y son beneficiarios de importantes ayudas comunitarias a la producción de banana. Por otra parte, ASPROCAN ha informado de que el transporte del Plátano de Canarias continuará expresamente excluido del presupuesto de la subvención para el transporte de mercancías con origen o destino en las Islas Canarias.

Canals & Munné gana tres medallas en diferentes concursos

La bodega Canals & Munné ha sido galardonada con dos medallas de oro y una medalla de plata en diferentes concursos. El Cava Gran Duc XXI Gran Reserva 2011 de Canals & Munné ha obtenido la medalla de oro en el Concurso Internacional Mundus Vini The Grand International Wine Award, organizado por la editorial alemana Meininger. Asimismo, en la 51 edición del Concurso de Vinos de Calidad de la DO Penedés, organizado por la Academia Tastavins, el vino Noir Princeps ha sido premiado con una medalla de oro como el mejor vino negro del Penedés. Finalmente, el Cava Lola Rosé Pinot Noir 2014 de Canals & Munné ha obtenido la medalla de plata en el Concurso Mundial de Bruselas, que este año ha celebrado su 24ª edición.



La sandía sin pepitas Bouquet cumple 25 años liderando el mercado europeo



La sandía sin pepitas Bouquet ha convertido a Anecoop, empresa hortifrutícola del Mediterráneo, en el primer operador mundial de sandías sin pepitas y hoy, desde hace 25 años, continúa liderando su categoría en el mercado europeo, al estar presente desde el año 1991 en los lineales de frutas y verduras de las principales cadenas de distribución de 27 países. Gracias a la sandía sin pepitas Bouquet, se ha acabado con el esquema temporal de la campaña de sandías en España, lo que permite una campaña más larga y la continuidad de la actividad agrícola durante todo el año. En estos 25 años Anecoop ha comercializado 2 millones de toneladas, lo que equivale a 400 millones de piezas. Este ejercicio se prevé comercializar 125.000 toneladas de sandía, de las que un 75% corresponde a la sandía sin pepitas Bouquet.

Abierto el plazo de matriculación para la 8ª edición del Máster en Gestión Agroalimentaria de Fundación Lafer

Un año más, la Fundación Lafer pone en marcha el Máster en Gestión Agroalimentaria, que ya va por su 8ª edición y cuyo plazo de matriculación está actualmente abierto. Esta formación especializada ha tenido desde sus orígenes una clara vocación de servir al impulso y desarrollo del sector agroalimentario, así como a reforzar su competitividad, al ser este sector uno de los motores fundamentales de crecimiento del sistema económico español. La Fundación LAFER organiza este máster con el respaldo académico de la Nebrija Business School (NBS).



Grace patrocina el Madison Beach Volley Tour 2017

La marca de bebidas Grace patrocina el Madison Beach Volley Tour 2017, que se celebra a lo largo de este verano en seis playas del litoral español. Grace, líder en Reino Unido, estará presente en la competición tanto con sus bebidas funcionales de agua de coco como con sus refrescos de aloe vera, ambos muy afines al evento y al target del mismo, debido a sus múltiples propiedades y beneficios. Las seis playas españolas que componen el circuito del Madison Beach Volley Tour este verano son: Moll de la Marina (Barcelona), del 30 de junio al 2 de julio; Playa de la Malvarrosa (Valencia), del 6 al 9 de julio; Playa Isla Canela (Ayamonte, Huelva), del 21 al 23 de julio; Playa de la Salve (Laredo, Cantabria), del 27 al 30 de julio; Playa L'Arrabassada (Tarragona), del 10 al 13 de agosto; y Reserva del Higerón (Fuengirola, Málaga), del 21 de agosto al 3 de septiembre.

Crece la producción y el consumo de cerveza en España, impulsados por el turismo

En 2016, la producción y el consumo de cerveza en España crecieron un 4,3% y un 3%, respectivamente, impulsados por el incremento del sector turístico en el país. Durante el año pasado se registraron las mejores cifras de consumo, ventas y producción de cerveza en España de los últimos diez años. Este mantenimiento se dio con el mantenimiento de la hostelería como principal canal de consumo de esta bebida (64%) –aunque todavía no se alcanzó el nivel de consumo en volumen de antes de la crisis– y con un patrón de consumo moderado, propio de la cultura mediterránea (46,4 litros). Así lo recoge el Informe Socioeconómico del sector de la cerveza en 2016 presentado por Cerveceros de España con el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, y la Federación Española de Hostelería.

Gracias al récord de turismo en 2016, cifrado en 75 millones de turistas extranjeros; la buena climatología; la estabilidad fiscal; y la generación de confianza en la economía, el consumo de cerveza en España superó los 38,6 millones de hectolitros en el último año. La mayoría del consumo se realizó fuera del hogar, en bares y restaurantes, con una cuota del 64% en volumen, que en valor representa el 86%.



■ Novedades Legislativas

Procesos autorizados para obtención de productos vitivinícolas

El pasado 28 de abril entró en vigor el reglamento delegado UE 2017/670 sobre procesos de producción autorizados para la obtención de productos vitivinícolas aromatizados, adaptando los que ha recomendado la Organización Internacional del Vino para que respondan mejor a las necesidades de los productores en materia de métodos de elaboración y a las expectativas de los consumidores en lo que se refiere a la calidad de los productos. Los procesos de referencia son, entre otros, los relativos a la acidificación, filtrado y centrifugado, corrección del color y del sabor, aumento y disminución del contenido en alcohol y clarificación.

Materiales plásticos en contacto con alimentos

El pasado 9 de mayo entró en vigor el Reglamento (UE) 2017/752 que modifica la normativa sobre materiales y objetos plásticos destinados a entrar en contacto con los alimentos acerca de varias sustancias sobre las que la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria ha autorizado su utilización en materiales que estén en contacto con los alimentos, así como los usos permitidos en sustancias que ya estaban autorizadas. Además los materiales plásticos en su forma aplicable antes de la entrada en vigor de este nuevo Reglamento podrán comercializarse hasta el 19 de mayo de 2018 y permanecer en el mercado hasta que se agoten las existencias.

Sentencia sobre marca vitivinícola

Una reciente sentencia del Tribunal General de la Unión Europea declaró que una marca de vino no puede contener una denominación de origen protegida, y por ello rechazó el recurso presentado por unas bodegas españolas contra la denegación de registro de la marca de vino que incluye el mismo nombre que la italiana DOP “Sicilia”.

La bodega española solicitó el registro como marca de “Tempos Vega Sicilia” para bebidas alcohólicas, petición que la Oficina Europea de Propiedad Intelectual (EUIPO) rechazó y contra la cual las bodegas presentaron recurso judicial para solicitar que anulara la decisión de EUIPO. Según el Tribunal la solicitud de registro incurre en uno de los motivos de denegación absoluto del Reglamento que regula la marca europea, al incluir el término “Sicilia”, que es parte significativa de varias denominaciones de origen protegidas, dos de ellas para vinos. La normativa europea obliga a denegar las solicitudes de marcas europeas para vinos y bebidas espirituosas que incluyan o consistan en una indicación geográfica que identifique esos productos, cuando esos vinos o bebidas no tengan ese origen.

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