

### MERCAMADRID contará con 453.000 metros cuadrados más de superficie



El alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón; el presidente de MERCASA, Javier de Paz, y el presidente de MERCAMADRID, Luis Blázquez, presentaron el pasado 9 de febrero la ampliación de MERCAMADRID, que crecerá 453.000 metros cuadrados en los que se

instalarán 200 nuevas empresas, que generarán 1.400 empleos.

El alcalde de Madrid destacó que el proyecto supone “una apuesta por el futuro económico de la ciudad, porque MERCAMADRID ofrecerá un enorme potencial de crecimiento para las empresas puesto que, entre otras cosas, pondrá a su disposición, especialmente de las dedicadas a la logística, la manipulación, el almacenamiento o la tecnología del frío, un total de 258.000 nuevos metros cuadrados destinados a actividades económicas que favorecerán nuevas formas de comercialización”.

Por su parte, Javier de Paz, presidente de MERCASA, señaló que este proceso de ampliación es, “ante todo, el resultado del esfuerzo común y la cooperación entre el Ayuntamiento de Madrid y MERCASA”. Asimismo, resaltó que en la actualidad “se trabaja con proyectos de ampliación en buena parte de la Red de Mercas, como MERCABARNA, MERCAZARAGOZA, MERCAVALENCIA y MERCALASPALMAS, entre otros”.

### Nuevo Plan Estratégico de MERCAZARAGOZA



El alcalde de Zaragoza, Juan Alberto Belloch; el consejero de Agricultura del Gobierno de Aragón, Gonzalo Arguilé; y el presidente de MERCASA; Javier de Paz, presentaron, el pasado 1 de marzo, el nuevo Plan Estratégico de MERCAZARAGOZA 2005-2009, en

el que se establecen los objetivos y líneas de actuación prioritarios de esta Unidad Alimentaria de cara a los próximos años.

El plan pretende convertir a MERCAZARAGOZA en el centro de distribución mayorista y servicios logísticos de referencia en el noreste español; con la calidad y la seguridad alimentaria como señas de identidad.

Para ello, se prevé mejorar las conexiones por ferrocarril y las salidas por carretera, la potenciación de la Terminal Marítima, y el fomento del aeropuerto como terminal de carga.

Asimismo, como resaltó en este acto el director general de MERCAZARAGOZA, Constancio Ibáñez, se contempla la necesidad de 600.000 nuevos metros cuadrados de superficie para el desarrollo de este plan, que se añadirán a los 700.000 metros actuales.

En la actualidad, en MERCAZARAGOZA trabajan unas 140 empresas, que generan 471 millones de euros de negocio y dan empleo a 1.150 trabajadores.

### La producción de la industria alimentaria creció un 1,5% en 2004



La producción bruta de la industria de alimentación y bebidas aumentó durante 2004, en términos reales, el 1,5% hasta alcanzar los 67.075 millones de euros, lo que supone consolidar la recuperación del sector iniciada en 2003, cuando tuvo un crecimiento del 3%.

Así lo anunció el pasado 18 de febrero en conferencia de prensa el secretario general de la Federación Española de Industrias y Bebidas (FIAB), Jorge Jordana, que achacó este “muy aceptable” crecimiento a la emigración, ya que a su juicio el mercado de productos alimentarios de los países desarrollados está estancado.

El presidente de FIAB, Arturo Gil, destacó el incremento en las exportaciones de la industria alimentaria, que ascendieron a 13.109 millones de euros, el 5,4% más que en 2003, pese a que aumentó el diferencial de precios sobre los competidores europeos; las importaciones subieron el 6,5% hasta 15.011 millones.

### El Salón de la Hostelería y Alimentación del Atlántico reunirá en Vigo a un centenar de expositores

Alrededor de un centenar de expositores de España y Portugal participarán del 28 al 30 de mayo en el III Salón de Hostelería y Alimentación del Atlántico (SHA 2005), que se celebrará en el Instituto Ferial de Vigo (IFEVI). Este evento, organizado por Producciones Gálata, cuenta con el apoyo de instituciones y principales asociaciones del sector.



### Más visitantes en Hostelequip



Hostelequip, la feria de hostelería que se celebró en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga el pasado mes de marzo, recibió un 20% más de visitantes que en la edición anterior.

Esta feria profesional apuesta desde hace trece años por el desarrollo económico de Andalucía y se ha convertido en la mejor plataforma y punto de encuentro profesional para todos los fabricantes, importadores y distribuidores de productos y servicios hosteleros de la región.

En la edición de Hostelequip 2005 se ha generado un volumen de negocio por encima de los 2 millones de euros, con casi 200 empresas y más de 400 marcas ofreciendo sus servicios a más de 15.000 empresarios de hostelería.

Asimismo, junto a la feria se celebraron actividades alternativas, entre las que se incluyeron en esta ocasión las Jornadas de Gobernantas, que organizó la Asociación Nacional de Gobernantas de Hotel; y las Jornadas de Siniestrabilidad Laboral y Prevención de Riesgos Laborales en la Hostelería, que organizaba AEHMA en colaboración con la Junta de Andalucía y Hostelequip. También tuvo lugar el desarrollo del Sandwichforum en el aula de "Sabores del Sur", que incluyó unos interesantes seminarios sobre la preparación de sándwiches y bocadillos, y un concurso de bocadillos.

En el desarrollo de Hostelequip 2005 tuvo un especial protagonismo la presencia de MERCAMÁLAGA y de varias empresas mayoristas de productos frescos.

### Fanta lanza la promoción "Fun&Wave" simultáneamente en seis países europeos

"7 días, cientos de amigos, 1 barco" es la oferta que hace Fanta a sus más fieles consumidores en su nueva promoción Fanta Fun&Wave, que inició el pasado 15 de febrero y continuará hasta el 15 de mayo. Este año, Fanta introduce la novedad de concentrar en una sola promoción la participación de seis países: España, Portugal, Dinamarca, Noruega, Suecia y Finlandia. Un total de 720 jóvenes realizarán un viaje por el Mediterráneo en septiembre de 2005. Durante siete días visitarán las ciudades de Mónaco, Roma, Nápoles, Palermo e Ibiza.

### Jorge Santiso destaca que la campaña "5 al Día" encaja con la estrategia NAOS



El director general de Industria Agroalimentaria y Alimentación, Jorge Santiso, inauguró el pasado 24 de febrero la V Asamblea General de Socios de la Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas "5 al Día", donde destacó el interés que manifiesta esta iniciativa en una alimentación sana y equilibra-

da y que engarza perfectamente con la estrategia NAOS que ha puesto en marcha el Ministerio de Sanidad y Consumo, a través de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria.

La estrategia NAOS contempla 10 recomendaciones nutricionales, y precisamente la quinta recomendación dice que se debe incrementar la ingesta diaria de frutas, verduras y hortalizas hasta alcanzar, al menos, 400 gramos/día. Esto es, consumir, como mínimo, cinco raciones al día de estos alimentos, tal como propone la campaña "5 al Día".

### El Ministerio de Sanidad y la Fundación Coca-Cola España firman un convenio para fomentar hábitos saludables entre los jóvenes



La ministra de Sanidad y Consumo, Elena Salgado, y el presidente de Coca-Cola España, Marcos de Quinto, firmaron el pasado 10 de marzo un acuerdo de colaboración con el obje-

tivo de promocionar hábitos de vida saludable entre los niños y jóvenes. El acuerdo, firmado por tres años, se enmarca dentro de la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS), lanzada por el Ministerio el pasado mes de febrero como parte de su programa para combatir el sobrepeso y la obesidad en España.

Como citó la ministra, "el sobrepeso y la obesidad constituyen una de las mayores amenazas para la salud de la población española, y en particular de la salud de nuestros niños y jóvenes, y representan un riesgo para la sostenibilidad del Sistema Nacional de Salud a medio plazo".

## Las XII Jornadas Técnicas de Covap apuestan por la innovación ante la reforma de la PAC



El pasado mes de marzo se celebraron en Pozoblanco (Córdoba) las XII Jornadas Técnicas de la Cooperativa Ganadera del Valle de Los Predroches (Covap), que contaron con tres ponencias. En la primera, el catedrático de Biotecnología de la Universidad de Valencia, Daniel Ramón, disertó sobre los alimentos transgénicos; en la segunda, el director general de Martínez Loriente, Francisco Garrigues, explicó la experiencia de su grupo tras hacerse con la distribución cárnica de una cadena de supermercados; y en la tercera, el secretario general de la FIAB, Jorge Jordana, apostó por la innovación como “el único motor” del sector.

Las jornadas fueron clausuradas por el consejero de Agricultura de la Junta de Andalucía, Isaías Pérez Saldaña, que resaltó en su intervención que “en Andalucía tenemos un buen tejido productivo, pero no un buen tejido empresarial; por ello, y tras la entrada de la nueva PAC, ha llegado el momento de ir pensando en transformar las 1.835 entidades agrarias de Andalucía”.

Por su parte, el consejero delegado de Banesto –patrocinador de las jornadas–, Federico Outón, indicó que “es necesario buscar fórmulas alternativas a las que se venían aplicando con la anterior política de subvenciones de la Unión Europea”. Y, por último, el presidente de Covap, Tomás Aránguez, apostó por hacer “la cuadratura del círculo” para poder mantener al sector agroalimentario andaluz y encima consolidar su rentabilidad ante el desafío que supone la reforma de la PAC.

Aránguez insistió en que el futuro de la industria agroalimentaria pasa por “dar una respuesta a las demandas del consumidor” y que para ello hay que exigir que “aumente el tamaño de la capacidad de la innovación”. Para conseguir este objetivo, la tesis de Aránguez pasa por una mayor profesionalización del sector. “A partir de ahora –concluyó–, el ganadero tiene que tener claro que hay que producir lo que se vende y no tratar de vender todo lo que se produzca”.

Aránguez insistió en que el futuro de la industria agroalimentaria pasa por “dar una respuesta a las demandas del consumidor” y que para ello hay que exigir que “aumente el tamaño de la capacidad de la innovación”. Para conseguir este objetivo, la tesis de Aránguez pasa por una mayor profesionalización del sector. “A partir de ahora –concluyó–, el ganadero tiene que tener claro que hay que producir lo que se vende y no tratar de vender todo lo que se produzca”.



## Fripozo aumentó sus ventas un 12% en 2004

Fripozo, filial del Grupo Fuertes especializada en alimentos ultracongelados, finalizó el pasado año con una facturación de 58 millones de euros, lo que supone un aumento del 12% en relación a 2003. Este crecimiento está sustentado, fundamentalmente, por el desarrollo de la gama de alimentos precocinados, que aumentó su volumen un 12% hasta 11.500 toneladas, lo

que representa el 43% del total de productos vendidos (26.700 toneladas).

Asimismo, durante 2004, Fripozo invirtió más de cuatro millones de euros destinados a la mejora de las aplicaciones informáticas, robotización de las líneas de envasado y a la ampliación de la capacidad de almacenamiento y de preparación de pedidos.

## Fernando Moraleda plantea la calidad como uno de los principales retos de las empresas agroalimentarias



El secretario general de Agricultura y Alimentación del MAPA, Fernando Moraleda, inauguró el pasado 15 de marzo el VI Encuentro Europeo de Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG), un foro en el que se debatieron las cuestiones que afectan al modelo europeo de alimentación y a las empresas que lo componen.

En este encuentro europeo de Indicaciones de Calidad Alimentaria, que se celebró en Logroño en el marco de la octava edición de la feria SALICAL, Moraleda destacó como uno de los principales objetivos de las

empresas agroalimentarias el reto de la calidad entendida como respuesta a las nuevas exigencias de los consumidores, como instrumento de competencia y como factor de diferenciación.

## El próximo Congreso Mundial de la Viña y el Vino se celebrará en Logroño

La ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, anunció el pasado 9 de marzo, en el curso de una visita a La Rioja, que el Congreso Mundial de la Viña y el Vino se celebrará en Logroño. El Congreso Mundial de la Viña y el Vino se celebrará simultáneamente con la Asamblea General de la Organización Internacional de la Viña y el Vino. Ambos actos tendrán lugar durante la semana del 26 al 31 de junio de 2006.

Unas 700 especialistas del sector vitivinícola mundial de más de 40 países participarán en el desarrollo de las actividades congresuales de carácter científico basadas en las aportaciones de un centenar de expertos en viticultura, enología y economía vitivinícola.

España, como país organizador, deberá presentar, un año y medio antes del congreso, un proyecto de programa científico, que será aprobado por los órganos competentes de la OIV. Asimismo, se ha constituido un comité técnico-científico para abordar los aspectos estrictamente científicos del congreso y del que forma parte la subdirectora general de Calidad y Promoción Agroalimentaria del MAPA y delegada de España en la OIV, María Cruz Vega Álvarez.



### Pastas Gallo presenta la nueva Harina con Levadura



Pastas Gallo acaba de lanzar al mercado la Harina de Trigo con Levadura, pensada para la elaboración de postres caseiros con mayor facilidad por parte del consumidor. Este nuevo producto se presenta en un envase de color verde, para diferenciarlo de las otras tres variedades de harinas que la compañía tiene ya en el mercado: Harina de Trigo

Extra, en rojo y para todo tipo de platos; Harina de Trigo para Fritos y Rebozados, en color anaranjado, y Harina de Trigo de Repostería, en envase de color marrón.

### FEDEPESCA y AENOR presentan la norma UNE sobre calidad de las pesquerías

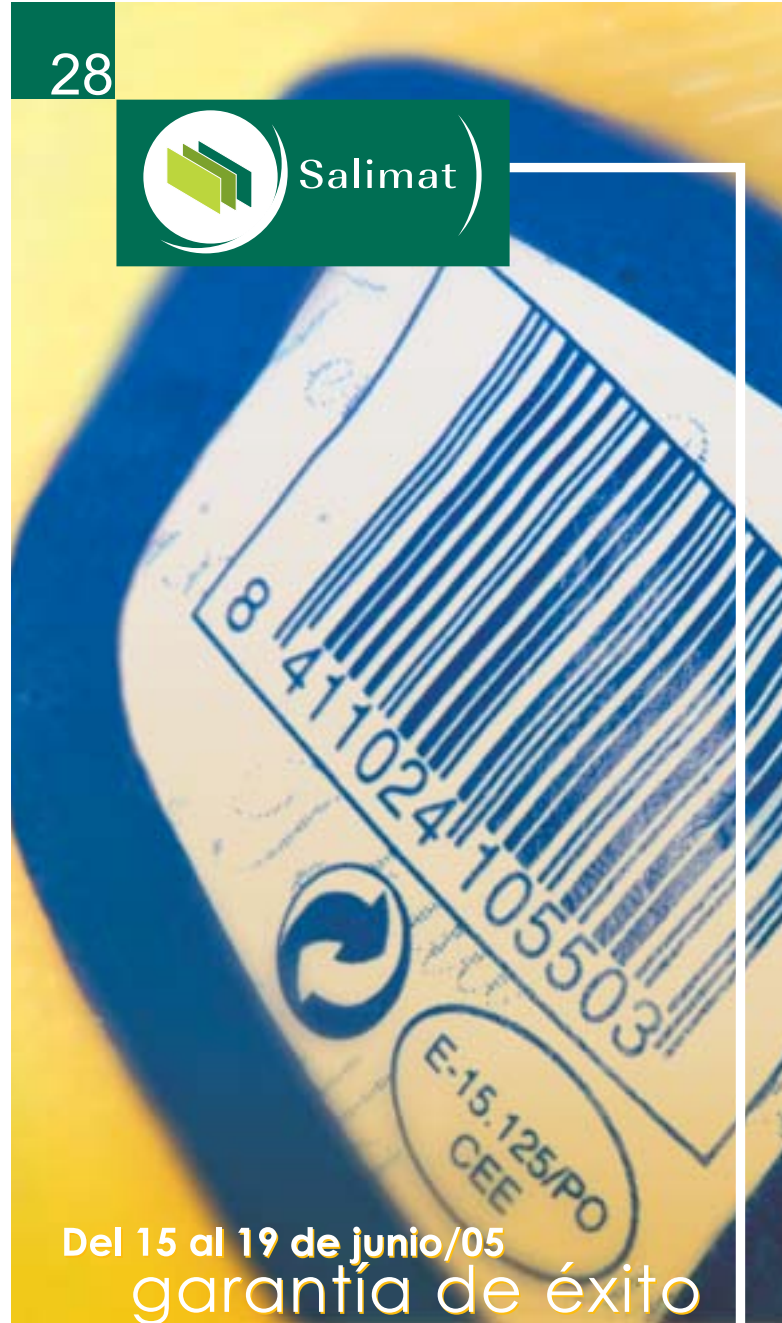
La Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados (FEDEPESCA) y la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) presentaron, el pasado 28 de febrero, la norma UNE sobre calidad a la que pueden optar las pescaderías. La norma UNE es la primera en calidad de servicio en España para comercio detallista de productos perecederos y la primera de estas características en Europa.

El acto estuvo presidido por el presidente de Fedepesca, Marcelino Carro, y contó con la intervención de Miguel Ángel Martínez, de la División de Desarrollo Estratégico y Corporativo de AENOR. Además, asistieron también el director general de Política Comercial del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Ignacio Cruz, y el director general de Mercados y Estructuras Pesqueras del Ministerio de Agricultura, Alberto López.

### CECOMA presenta las nuevas normas de calidad para el pequeño comercio

La Confederación de Empresarios de Comercio Minorista, Autónomos y de Servicios de la Comunidad de Madrid, CECOMA, presentó el pasado 9 de marzo la serie de normas UNE 175001 de Calidad en el Pequeño Comercio, durante la celebración de la III Jornada de Puertas Abiertas, "La Alimentación en la Comunidad de Madrid".

El secretario general de CECOMA, Ricardo Lage, destacó que estas normas servirán para mejorar la calidad del servicio prestado a los clientes y profesionalizar la gestión de los establecimientos comerciales, con lo que se potenciará, a su vez, el desarrollo de los recursos humanos. Estas normas permitirán al pequeño comercio tradicional igualarse con las grandes empresas en lo que al uso de herramientas para la mejora de la calidad se refiere.



Del 15 al 19 de junio/05  
garantía de éxito

Salón de Alimentación  
del Atlántico



### La X edición de Alimentaria Castilla y León recibe cerca de 40.000 visitantes

La décima edición de Alimentaria Castilla y León, celebrada del 6 al 10 de marzo en la Feria de Valladolid, ha concluido tras recibir la visita de cerca de 40.000 personas, de las cuales alrededor de 25.000 fueron compradores. Entre los colectivos profesionales acreditados figuraron directivos de compras de grandes superficies, colectividades y catering para instituciones y organismos, compañías de distribución, pequeñas y medianas empresas, restauración, equipamiento, etc. La procedencia abarcó países como Suecia, Holanda, Portugal, Francia, Alemania, Dinamarca, Italia, Bélgica, Irlanda, Suiza, etc., y la práctica totalidad de las comunidades autónomas españolas. En esta décima edición, en la que han participado 1.124 expositores, ha tenido un protagonismo destacado el sector de las producciones ecológicas, con un espacio propio y la presencia de alrededor de 150 empresas, los comités de agricultura ecológica de la mayoría de las comunidades autónomas españolas y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

### Todo a punto para la Semana Verde de Galicia y el Salón de Alimentación del Atlántico

La Feria Internacional de Galicia acogerá entre los próximos 15 y 19 de junio, en Silleda, la XXVIII edición de la Semana Verde de Galicia y el VIII Salón de Alimentación del Atlántico. Uno de los ejes fundamentales de la Semana Verde será, otro año más, el Salón Agrícola-Ganadero: especialmente en relación a los subsectores lácteo y cárnico. Los concursos, las jornadas técnicas, las exposiciones y las subastas de bovino integrarán la oferta complementaria del área comercial del salón.

Por su parte, el Salón de Alimentación del Atlántico (SALIMAT 2005) se convertirá un año más en una cita obligada para los profesionales de la alimentación y la tecnalimentación de toda España y Portugal. Esta octava edición tendrá a los sectores lácteo, cárnico y vinícola como sus ejes principales, dada la pujanza de los productos gallegos referidos a estos tres apartados en los mercados nacionales y extranjeros.

### Vuelta Junior 2005 patrocinada por el FROM



Con el fin de informar e incidir en el eje deporte, salud y dieta saludable a base de pescado, la ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, presentó el pasado 31 de enero la Vuelta Junior 2005, patrocinada por el FROM.

La Vuelta Junior es una competición ciclista dirigida a pequeños de ambos sexos, nacidos entre los años 1991 y 1992, que se desarrolla de forma simultánea a la Vuelta Ciclista a España, con la particularidad de que los más pequeños pueden compartir momentos emocionantes con los mejores profesionales de este deporte.

El FROM, que ya patrocinó esta competición infantil el año pasado, continúa así con sus esfuerzos para mejorar la dieta de los niños y niñas españoles incentivando el consumo de pescado.

### ACK KORANCA afianza su crecimiento

ACK KORANCA, compañía especializada en la fabricación y venta de platos preparados con productos del mar, cerró el mes de diciembre de 2004 con un volumen de ventas que doblaba la facturación del mes anterior. Este dato ratifica la línea de crecimiento continuo que la compañía zaragozana ha seguido desde que inició su actividad como fabricante hace poco más de un año, y que, pasado un primer momento dedicado principalmente a la producción, ha ido aumentando sus ventas hasta culminar con unas cifras que superan las previsiones.

De cara al nuevo año y para posibilitar sus planes de expansión, ACK KORANCA ampliará su red comercial con el fin de aumentar su participación en el sector de la alimentación de las recetas "Cocina fácil para una alimentación sana", desarrollar el mercado de hostelería y restauración y conseguir así un incremento de la cifra de negocio.

### Inprovo inicia una gira nacional informativa con el "Autobús del Huevo"

La Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos (Inprovo) inició el pasado 1 de marzo en Madrid una gira nacional informativa sobre el nuevo sistema de marcado y etiquetado del huevo con el autobús denominado el "Autobús del huevo". Con esta gira se pretende explicar a los consumidores que el marcado del huevo les permite conocer la forma de cría de las gallinas ponedoras, el país de origen del huevo y el número distintivo del productor. En la gira informativa, el "Autobús del huevo" partirá desde Madrid, distribuyendo material informativo y promocional, con destino a Sevilla y finalizará en Santander el 9 de junio, después de haber recorrido más de 60 ciudades españolas.



### “El consumidor de productos agroalimentarios artesanales. Estrategias para la comercialización de la miel”



La Universidad de Oviedo acaba de publicar el libro “El consumidor de productos agroalimentarios artesanales. Estrategias para la comercialización de la miel”. Los autores, profesores de marketing en la Universidad de Oviedo, pretenden profundizar con esta obra en el conocimiento de la actividad agroalimentaria artesanal exponiendo con habilidad didáctica las principales peculiaridades de la oferta y el consumo de miel. Con este objetivo, explican y precisan los conceptos utilizados e incluyen los resultados de un estudio empírico que recoge información y percepciones de los apicultores y de una amplia muestra de consumidores de miel.

Con este objetivo, explican y precisan los conceptos utilizados e incluyen los resultados de un estudio empírico que recoge información y percepciones de los apicultores y de una amplia muestra de consumidores de miel.

### “Atlas de la España rural”



El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación acaba de publicar el “Atlas de la España rural”, fruto de un convenio de colaboración con las Universidades de Valladolid y Barcelona. En el libro también han participado un considerable número de profesionales (agrónomos, veterinarios, geógrafos, sociólogos y economistas) procedentes de otras Universidades, Organismos Públicos de Investi-

gación y de la propia Administración. La obra contribuye a proporcionar una imagen clara y territorializada de la evolución y situación de la agricultura, de las funciones del sistema agroalimentario y de la sociedad rural dentro del actual concepto de globalización, intercambios agrarios y nuevas valoraciones del plural y diversificado medio rural español. El atlas es una obra *integradora e integral*, en la que se abordan, analizan y estructuran todos los temas rurales, desde los meramente agronómicos, en su triple vertiente agrícola, ganadera y forestal, pasando por los económicos, sociales, medioambientales, y los relacionados con las políticas vigentes de desarrollo rural.

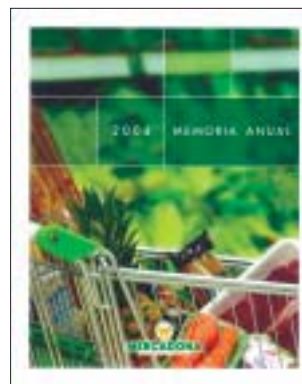
### Nueva edición del manual de “Distribución comercial” de Casares y Rebollo



Javier Casares Ripol, catedrático de Economía Aplicada en la Universidad Complutense de Madrid, y Alfonso Rebollo Arévalo, profesor titular de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad Autónoma de Madrid, acaban de publicar la tercera edición del libro “Distribución Comercial”. Siguiendo la senda de las anteriores ediciones, los autores han estructurado la obra en cuatro partes y doce capítulos en los que

han pretendido espumar las quintaesencias del conocimiento del sector de la distribución comercial con un considerable esfuerzo, introduciendo nuevos enfoques y teorías, y actualizando la información.

### El beneficio neto de Mercadona creció el 22% en 2004



Mercadona, la primera cadena de supermercados de España, obtuvo en 2004 un beneficio neto de 153 millones de euros, lo que supone un 22% más que en el ejercicio precedente, en el que logró un resultado de 125 millones de euros. Los beneficios antes de impuestos ascendieron a 211 millones de euros, un 19% superior al año anterior, en el que se situaron en 178 millones de euros. El resultado de explotación fue de 213 millones de euros, frente a las 181 millones de 2003, un 18% más, mientras que la facturación creció un 21% hasta los 8.770 millones y las inversiones alcanzaron los 524 millones de euros, un 61% de incremento.

Mercadona, con una cuota de mercado en España del 15%, contaba a finales de 2004 con 862 supermercados, 92 más que en el 2003, y una plantilla de 49.600 trabajadores. El año pasado se crearon 7.000 nuevos puestos de trabajo, todos con contrato fijo.

Para el ejercicio 2005, la cadena de supermercados prevé unas ventas de 10.000 millones de euros, la apertura de 100 tiendas y la reforma de otras 75, la creación de 5.000 puestos de trabajo fijos y una inversión de 550 millones de euros.

### El Grupo Faustino entrega el Premio "Vino para toda la vida"

El pasado 17 de marzo tuvo lugar, en el Centro Riojano de Madrid, la entrega del Premio "Gana vino para toda la vida", que puso fin a la promoción que el Grupo Faustino ha desarrollado desde el 24 de octubre de 2004 con gran éxito de participación en su página web. La promoción consistía en responder correctamente a cuatro preguntas relacionadas con el Grupo Faustino, y la ganadora de la promoción, Mónica Méndez González de Barcelona, recibirá cada mes durante toda la vida doce botellas de vino de las diferentes bodegas del Grupo (Bodegas Faustino, Bodegas Valcarlos, Bodegas Campillo, Bodegas Marqués de Vitoria, Bodegas Condesa de Leganza y Bodegas Victorianas). El sorteo notarial se realizó entre los más de 7.000 participantes de la promoción el pasado 1 de marzo.



Coincidiendo con la feria SALICAL, Bodegas Faustino organizó una visita de periodistas especializados a sus instalaciones en La Rioja; con la participación de una representante de Distribución y Consumo.

### El Panel de Hogares de TNS WorldPanel será el mayor de España, con 8.000 panelistas

El Panel de Hogares elaborado por TNS WorldPanel, compañía que gestiona la más extensa red mundial de Paneles de Consumidores, se incrementará un 33% al pasar de los 6.000 a los 8.000 hogares en el año 2005, lo que le convertirá en el mayor de España.

Asimismo, TNS WorldPanel incorporará nuevas tecnologías scanner, vía Palm, para la lectura de compras, todo ello con el objetivo de satisfacer las necesidades de sus clientes, ofreciéndoles el más alto nivel de conocimientos sobre las tendencias de compra y consumo de los españoles.

En España, TNS WorldPanel es la empresa referente en la información continua de los mercados basada en Paneles de Consumidores, con 30 años de experiencia trabajando en el mercado local junto con los principales fabricantes y distribuidores para ayudarles a comprender a sus consumidores desde una óptica totalmente imparcial.

### Celebrada la VI edición del Salón de la Alimentación, SAL 2005



Con el fin de mostrar la oferta de cerca de medio millar de empresas y sus últimas novedades en materia de industria alimentaria, la Feria de Madrid acogió, del 30 de marzo al 2 de abril, el Salón de la Alimentación, SAL 2005, cuya inauguración corrió a cargo de la ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa.

El Salón de la Alimentación de Madrid apostó en esta edición por la especialización y la calidad en su oferta con la creación de tres nuevas áreas: *SAL Preparada*, que reunió a las empresas más destacadas del sector de los preparados y semipreparados; *SAL Étnica*, que acogió una amplia muestra de productos procedentes de otros países; y el *Foro Gastronómico*, una iniciativa organizada por Madrid Fusión para la feria, en la que se concentraron diversas actividades como catas, concursos y demostraciones, de la mano de los más prestigiosos restauradores españoles como Sergi Arola, Roberto Limas o Paco Roncero, entre otros.

También en el marco del salón se desarrollaron varias jornadas dirigidas a los profesionales, en las que se trataron temas de relevancia para esta industria como la calidad y la seguridad alimentaria. Las actividades comenzaron con La Semana Europea-Iberoamericana sobre Calidad en Productos y Alimentos Procesados y continuaron con las Jornadas de Trazabilidad y la presentación de "El Gran Libro del Jamón Cocido".

### Los productos identificados con Eusko Label aumentaron su volumen de certificación un 15% en 2004

Los doce productos agroalimentarios identificados con la marca de calidad Eusko Label han experimentado en 2004 un crecimiento en cuanto a volumen de certificación de un 15% en relación con el ejercicio precedente, y una facturación de 75 millones de euros. Aunque en general todos los productos han tenido crecimientos en cuanto al volumen certificado, cabe reseñar tres de ellos por su destacada trayectoria durante el año 2004: el Bonito del Norte y Atún, el Cordero Lechal y el Tomate.

Tras diez años de recorrido, en la actualidad alrededor de 3.500 explotaciones ganaderas y pesqueras del País Vasco están adheridas a alguno de los doce productos Eusko Label, es decir, una de cada tres.