



EN ESTE NÚMERO

Convocatorias de Gobierno Vasco

2

Acciones realizadas

2

Entrevista: SALICA, Hijos de José Serrats
y Conservas Cusumano

6

Fidelidad con nuestro producto vasco

8

Jornadas y cursos de interés

9

Convocatorias de otros organismos

9

Actualidad

11

Presencia en medios y
nuevo Canal YouTube

12

Inscríbete en la nueva convocatoria de misión inversa y el curso de ventas y marketing impulsados por el Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco:

Misión inversa_

Acciones de Promoción de Bebidas y Alimentos Gourmet del País Vasco

4ª Exposición de Alimentos y Bebidas
del País Vasco

Fecha: Del 13 al 16 de noviembre, 2012.

Plazo de inscripción: 13 de junio, 2012.

Curso de Ventas y Marketing

para el sector bodeguero y sidrero de Euskadi

Temática: Gestión comercial eficiente
para bodegas y el marketing vinícola.

Fechas: Junio y julio, 2012.

Jornadas gratuitas de dos sesiones
de 4 horas.

CONVOCATORIAS ABIERTAS DE GOBIERNO VASCO

Misión Inversa

[Inscribirse](#)

Acciones de Promoción de Bebidas y Alimentos Gourmet del País Vasco

4ª Exposición de Alimentos y Bebidas del País Vasco

Fecha: Del 13 al 16 de noviembre de 2012.

Lugar: Se dará a conocer próximamente.

Sector: Vitivinícola y de alimentación gourmet.

Plazo de inscripción: 13 de junio de 2012.



Curso de Ventas y Marketing para el sector bodeguero y sidrero de Euskadi

[ver](#) [Convocatoria Bizkaiko Txakolina y Arabako Txakolina](#)

[ver](#) [Convocatoria Getariako Txakolina y Gipuzkoako Sagardogileen Elkartea](#)

[ver](#) [Convocatoria bodegas de Rioja Alavesa](#)

Temática: Gestión comercial eficiente para bodegas y el marketing.

- Formación gratuita.
- Dos sesiones de 4 horas.
- Junio y julio en Araba/Álava, Bizkaia y Gipuzkoa.
- Acción de Gobierno Vasco contemplada en el Plan Estratégico de Vitivinicultura, del Dpto. de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca.

ACCIONES REALIZADAS

Jornada sobre promoción y comercialización del vino de Rioja Alavesa y el Txakoli

Fecha: Jueves, 31 de mayo de 2012.

Lugar: Centro Temático del Vino – Villa Lucía (Laguardia- Araba/Álava).

Una amplia representación del sector de la industria de bebidas vasca debatió y reflexionó sobre la política de promoción nacional e internacional a aplicar en los próximos años según las tendencias en los mercados del vino y el ajuste entre las acciones promocionales y las necesidades actuales.

ACCIONES REALIZADAS



Rafael del Rey, del Observatorio Español del Mercado del Vino, expuso la situación y perspectivas de los mercados del vino y el vino del País Vasco, apostando como conclusión por la mejora de la eficiencia de la cadena entre la viña y el consumidor, entre otras cuestiones. Además, insistió en que "nuestro reto es generar valor en todos los segmentos de mercado y segmentar bien la oferta para que unos productos no perjudiquen la imagen de otros".

Por su parte, Amaia Barrena, Directora de Innovación e Industrias Alimentarias, analizó las acciones promocionales realizadas por el Departamento en su Plan de Promoción anual e informó también de otros instrumentos de los que dispone su Dirección para lograr los objetivos planteados respecto a la mejora de la competitividad e internacionalización y de los nuevos retos que se plantean.

Tras su exposición se generó un debate entre los asistentes con el fin de comentar acciones de interés para el Plan de Promoción de 2013 y dar a conocer al Departamento de primera mano las necesidades del sector en cuanto a promoción nacional e internacional.

Aquí puedes consultar las ponencias íntegras que se ofrecieron en la jornada:



[‘Situación y perspectivas de los mercados del vino. El vino del País Vasco’](#)

Rafael del Rey. *Observatorio Español del Mercado del Vino.*



[‘Jornada de internacionalización Rioja Alavesa y Txakoli: Análisis de acciones y nuevos retos’](#)

Amaia Barrena, *Directora de Innovación e Industrias Alimentarias.*



[Invitación a la jornada](#)

ACCIONES REALIZADAS

Semana del Producto de Euskadi

Fecha: Del 7 al 13 de mayo de 2012.

Lugar: Madrid.

Objetivo: Promocionar la calidad del producto vasco entre sus habitantes.

www.productoeuskadimadrid.com

Experiencia

Gaizka Barañano, Gerente de Patxaran Barañano

"La experiencia y la actividad me parecen geniales. Habría que hacer dos acciones de este tipo al año en diferentes ciudades.

No supone un coste elevado como puede ser la asistencia a ferias internacionales y

nosotros ya estamos recogiendo los frutos.

Hemos tenido resultados positivos, y ya

tenemos clientes nuevos. Hay que saber

aprovecharla con visitas a establecimientos y mucho trabajo posterior.

European Seafood Exposition 2012

Fecha: Del 24 al 26 de abril de 2012.

Lugar: Bruselas.

Sector: Industria del pescado.

Carácter: Profesional.

Periodicidad: Anual.



10 empresas en el stand del Gobierno Vasco:

- | | |
|--------------------------------------|---------------------|
| ■ Cofradía de Pescadores "San Pedro" | ■ Pescados Llorente |
| ■ La Bacaladera | ■ Monte Kalamua |
| ■ CORPA | ■ Donibane Fish |
| ■ Opegui Biskamar | ■ Bacalaos Alkorta |
| ■ Conservas Serrats | ■ Arrankoba |

ACCIONES REALIZADAS European Seafood Exposition 2012

“La experiencia en Seafood ha sido extremadamente positiva, en nuestro calendario de ferias del sector es imprescindible participar en ella”

Claes Svensson
Departamento comercial de La Bacaladera

¿Cómo ha sido la experiencia en Seafood?

Extremadamente positiva. Solemos participar todos los años y lo consideramos imprescindible en nuestro calendario de participación en ferias del sector. Nos permite estar con clientes actuales, potenciales e incluso siempre aparece una empresa nueva. El ambiente es propicio a cerrar acuerdos y reencontrarnos con proveedores y clientes internacionales. La organización es impecable y nos sentimos orgullosos de representar a Euskadi.

¿Qué le parecen estas iniciativas?

Son muy importantes para el desarrollo de las PME. La participación en la feria permite que este tipo de empresas pueda presentar sus productos en el más alto nivel del sector ante importantes compradores de cadenas de supermercados de varios países.

¿Cuál le parece que ha sido el punto fuerte de la presencia vasca?

La calidad de los participantes en el stand de Euskadi. Son empresas de una gran profesionalidad, con muchos años de experiencia en presencia en ferias y con un alto conocimiento de sus productos y de las reglas del comercio internacional.

¿Deberían continuar estas acciones?

Definitivamente estas acciones no deben parar. Lo siguiente sería preparar misiones comerciales a determinados países, con agendas previas preparadas. ■



José María Salvador,
Director General de La Bacaladera

ver

[Presencia en medios Seafood 2012](#)

ver

[Fotografías Seafood 2012](#)

Experiencia

Marcelo Sonerías

Jefe de exportación de Monte Kalamua

“La feria es muy interesante y la acción de Gobierno Vasco con el stand institucional ha ido bien.

El stand correcto y el show cooking donde se dispone de pases de cocina con productos de los expositores ha sido muy acertado. Este año participamos por primera vez y repetiremos en la próxima edición. Estas acciones de Gobierno Vasco son fundamentales”.

ENTREVISTA: SALICA, Hijos de José Serrats y Conservas Cusumano

“La certificación MSC supuso un cambio en el nivel comercial con la creación de nuevas referencias que respondían a la demanda”

SALICA

Marta Pagazaurtundua
Directora de Calidad de SALICA



Más información sobre el MSC www.msc.org/es



En Euskadi fueron los primeros en obtener la certificación MSC (Marine Stewardship Council) en julio de 2007, ¿qué supuso para la compañía?

El cambio más significativo fue a nivel comercial, ya que la certificación supuso la creación de nuevas referencias que pretendían dar respuesta a la demanda de algunos de nuestros clientes de exportación de productos en los que la sostenibilidad estaba garantizada y avalada a través de un estándar de sostenibilidad de la pesca y trazabilidad de los productos pesqueros definido por una Organización independiente y sin ánimo de lucro como lo es MSC.

¿Por qué decidieron someterse a una evaluación respecto al estándar MSC que busca transformar los mercados internacionales para los productos del mar hacia un modelo que premie y promueva prácticas sostenibles y responsables?

Para poder dar respuesta a la demanda de nuestros clientes de productos cuya trazabilidad y sostenibilidad quedara demostrada a través del empleo de una ecoetiqueta reconocible por el

consumidor que también permitiera optar por una compra sostenible que garantice la pesca a futuras generaciones.

Vemos esta certificación como una oportunidad real de transformar el mercado para hacerlo sostenible ambiental y socialmente.

De cara a la comercialización internacional, ¿hasta qué punto supone una ventaja?

A día de hoy se podría decir que la ecoetiqueta MSC es quizás la más reconocida por parte de los consumidores y un medio que te permite demostrar, como fabricante, que trabajas de acuerdo a unos estándares de calidad, ambientales, sociales y de seguridad que garantizan la sostenibilidad.

¿Tienen en mente que otro producto de su gama lleve la ecoetiqueta?

Disponemos de varios productos con ecoetiqueta y no descartamos aumentar el número de referencias que la lleven. ■

ENTREVISTA: SALICA, Hijos de José Serrats y Conservas Cusumano



“El pescado MSC lo ofertamos dentro de nuestra gama y sin la certificación no habiérámos podido vender en el mercado danés o austriaco”

Hijos de José Serrats

Ignacio Serrats

Director de Hijos de José Serrats

En 2009 consiguieron el logotipo azul del MSC, ¿cómo fue la tramitación?

Existe una demanda internacional de pescado MSC y para tener la cadena de custodia, pagamos el servicio de una auditoría. No fue un proceso largo, es más sencillo que otros.

¿Cuál es su porcentaje de exportación y qué papel juega en él la certificación?

La exportación es por ahora poco significativa. El pescado MSC lo ofertamos dentro de nuestra gama y sin la certificación no habiérámos podido vender en el mercado danés o austriaco. Estamos iniciando contactos. Sin embargo, lo interesante es que el

pescado de aquí se certifique. El cliente europeo demanda certificaciones y que el pescado del Cantábrico no la tenga es una amenaza, que esperemos se convierta en oportunidad.

Sólo ocho empresas vascas lucen en su etiquetado este estándar, ¿por qué más firmas no se animan a iniciar el proceso?

Es difícil, somos una empresa vasca que vende pescado norteamericano de MSC. Hay otras firmas que lo tienen y hay competencia. Sin embargo, si tuviérámos una certificación de pescado del Cantábrico, podríamos competir mucho mejor en el mercado internacional. ■

“La ecoetiqueta azul nos sirvió para abrir puertas en la exportación, nos ayudó a entrar en el mercado suizo”

Conservas Cusumano

Iñaki Cusumano

Director comercial de Conservas Cusumano

En su caso, la certificación de MSC llegó en junio de 2010, ¿qué cambio se produjo en la empresa?

En la producción tuvimos que separar bien el pescado MSC del resto. En la venta, también hubo cambios porque



ENTREVISTA: SALICA, Hijos de José Serrats y Conservas Cusumano

nos sirvió para abrir puertas en la exportación, en concreto, nos ayudó a entrar el mercado suizo.

Pasados casi dos años, ¿sigue dando sus frutos en la comercialización internacional?

Sí, aunque el mercado está un poco parado al igual que aquí, pero seguimos vendiendo. Hay que tener en cuenta que el pescado MSC es una materia prima más cara.

¿Considera esta etiqueta como una puerta clave a la hora de iniciarse en la exportación?

Sí, en los países nórdicos el consumidor final no es como el de aquí. Allí están concienciados con la pesca sostenible

y, por el contrario, en nuestro mercado se busca precio. Lo normal es que poco a poco las empresas vayan adquiriendo estas certificaciones y se vaya concienciando. ■



FIDELIDAD CON NUESTRO PRODUCTO VASCO

En esta sección queremos recoger la opinión de los consumidores que son fieles con nuestro producto. En definitiva, el esfuerzo del sector de la industria alimentaria y de bebidas vasca se hace pensando en ellos.



Experiencia

María José Ruiz de Ocenda, bióloga, 52 años
(Donostia-San Sebastián | Gipuzkoa)

“La verdura y la fruta la compro en tienda pequeña y si la hay procuro que sea de aquí, tomates, pimientos verdes... Los huevos que sean siempre de caja amarilla. Los palitos de mar también de la empresa guipuzcoana, de Angulas Aguinaga, las mermeladas de Vitoria-Gasteiz, la leche de Kaiku... Aunque sea más caro, siempre presto atención a que sean de aquí. Desde luego la fruta y la verdura nunca sale mala. Consumimos nuestros productos de temporada: anchoas, verdes, chicharros, bonitos... Además lo hago con convencimiento para apoyar a la industria vasca. Somos sensibles a consumir lo nuestro y lo que viene de fuera lo sopesamos”.

JORNADAS Y CURSOS DE INTERÉS PARA EL SECTOR

Jornada 'El impacto de la microbiología en la industria alimentaria'

[ver](#) Programa

Fecha: 21 de junio de 2012.

Lugar: Caballerizas (Arkaute-Araba/Álava).

Organizan: Elika, Fundación Vasca para la Seguridad Agroalimentaria.

CONVOCATORIAS ABIERTAS DE OTROS ORGANISMOS

II Encuentro Empresarial Hispano-Marroquí Multisectorial

[Inscribirse](#)

Fecha: 10 y 11 de julio de 2012.

Lugar: Tánger.

Organismo convocante: Cámara Española de Comercio e Industria de Tánger.

Plazo de inscripción: 15 de junio de 2012.

Fine Food India 2012

[Inscribirse](#)



Fecha: Del 17 al 19 de septiembre de 2012.

Lugar: New Delhi (India).

Organismo convocante: ERSI, S.L.
Delegación en España de Fine Food India.

CONVOCATORIAS ABIERTAS DE OTROS ORGANISMOS

Spain Gourmet Fair 2012

[Inscribirse](#)

FOODS & WINES
from SPAIN

Fecha: 3 y 4 de octubre de 2012.

Lugar: Tokio (Japón).

Organismo convocante: ICEX y Cámaras de Comercio.

Dirigida a: Empresas españolas con importadores y distribuidores de Japón.

Plazo de inscripción: 22 de junio de 2012.

Spanish Wines Day

[Inscribirse](#)

Fecha: 22 de octubre de 2012.

Lugar: Bruselas (Bélgica).

Organismo convocante: ICEX.

Plazo de inscripción: 15 de junio de 2012.

Ferias de Vinos de España en Alemania 2012

[Inscribirse](#)

Fecha y lugar: Colonia (22 de octubre de 2012) y Berlín (24 de octubre de 2012).

Organismo convocante: ICEX.

Plazo de inscripción: 18 de junio de 2012.

The Wines from Spain Awards 2012

[Inscribirse](#)

Lugar: Londres (Reino Unido)

Organismo convocante: ICEX

Plazo de inscripción: 11 de julio de 2012.

ACTUALIDAD

[La Asociación de Panaderías de Álava reflexiona sobre el modelo de negocio y puntos de venta de las panaderías alavesas](#)

Con la celebración de San Honorato, Patrón del sector, se impulsó una jornada para conocer cómo trabajan en otras regiones y contó con François Devant, Presidente de la Federación de Panadería y Pastelería de Pirineos Atlánticos. También se distinguió a los Amigos del Pan de Euskadi 2012: el restaurador alavés Senén González, y el expelotari y campeón profesional Rubén Beloki.



[Solar de Estraunza Gran Reserva 2005, 'Gran Medalla de oro' en el Concours Mondial de Bruxelles 2012](#)

Ha conseguido el máximo galardón en el concurso celebrado en Guimarães (Portugal), siendo la única bodega de Rioja Alavesa en esta edición. Sólo se han otorgado cuatro 'Gran Medalla de oro' a los vinos de la D.O. Rioja.



[Acto de inauguración de la Cosecha de la Sal 2012 en el Valle Salado de Añana](#)

El cocinero con siete estrellas Michelin, Martín Berasategui, ha inaugurado el 'Inicio de la Cosecha de la Sal 2012' en el Valle Salado de Añana (Salinas de Añana, Araba/Álava). En 2011 se recogieron 8 toneladas de Flor de Sal y 58 de Sal Mineral. Este año se prevén 12 toneladas de Flor de Sal y 80 de Sal Mineral.



[Jornada 'Producción de alimentos y seguridad alimentaria: desafíos actuales – del sector primario al consumidor'](#)

La jornada, organizada por el Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco y Elika Fundación Vasca para la Seguridad Alimentaria, concluyó que la seguridad alimentaria necesita ser abordada desde un planteamiento global e integral, promovándose la cultura de responsabilidad colectiva.

[Consultar conclusiones de la jornada.](#)

PRESENCIA EN MEDIOS Y NUEVO CANAL EN YOUTUBE

Jornada sobre promoción y comercialización del vino de Rioja Alavesa y el Txakoli



El Correo

Nuevo canal en YouTube

En la web de Promoción Alimentaria encontrarás los vídeos y spots promocionales del Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco o si lo prefieres también puedes consultarlos en el **nuevo canal de YouTube del Departamento.**



Canal YouTube

<http://www.youtube.com/user/nekazaritzaarrantza/videos>



<http://www.euskadi.net/promocionalimentaria>



Web Promoción Alimentaria