

**EUSKADI****EN ESTE NÚMERO**

Acciones del Gobierno Vasco

2

Entrevista: Radoslav Zeman,  
*Copropietario y administrador  
de la empresa BCM Brno.*

6

Convocatorias abiertas  
de otros organismos

9

Fidelidad con nuestro  
producto vasco

9

Actualidad

10

Novedades de producto

12

**Próximamente:****OCTUBRE****21-25: Sial París****La distribuidora BMC de productos en la República Checa y Eslovaquia visita Euskadi**

La empresa BMC, distribuidor de productos españoles en la República Checa y Eslovaquia, visitó del 26 al 28 de septiembre empresas de nuestra industria alimentaria y de bebidas y participó en una jornada formativa.

## ACCIONES DEL GOBIERNO VASCO

# Una distribuidora para la República Checa y Eslovaquia visita empresas de la industria alimentaria y de bebidas de Euskadi



Representantes de BMC, distribuidor de productos españoles en la República Checa y Eslovaquia, visitaron del 26 al 28 de septiembre varias empresas de nuestra industria alimentaria y de bebidas para conocer de primera mano sus productos.

Entre los que conocieron y cataron estuvieron el Vino Rioja Alavesa, el txakoli, la Sidra, los dulces, las conservas, el patxaran y el Queso Idiazabal.

Debido a una historia común y proximidad lingüística, la República Checa y Eslovaquia funcionan en muchos aspectos como un solo mercado de 16 millones de habitantes.

Sobre todo la República Checa cuenta con un nivel adquisitivo más alto que otros países de la zona y suele ser el

primer destino para implantaciones de empresas del sector gastronómico. El consumidor local está cada vez más orientado hacia los productos gourmet y delicatessen y está creciendo su interés en probar nuevos productos regionales.

Una apretada agenda que incluyó una jornada formativa sobre el mercado donde opera BMC y que fue de carácter gratuito.

[Algunas de las fotografías de la visita.](#)



## ACCIONES DEL GOBIERNO VASCO

# Novedosa iniciativa para promocionar la presencia de nuestros vinos y alimentos en nuevos mercados

Varias empresas de la industria alimentaria y de bebidas de Euskadi han tomado parte en una nueva iniciativa impulsada por el Gobierno Vasco para promover y dinamizar, de forma personalizada, la presencia de nuestros productos en nuevos mercados.

Se trata de un nuevo formato, la agenda business personalizada, que ha fijado su objetivo en esta ocasión en los Estados Unidos, un mercado-destino de interés para los productos vascos. El objetivo es dinamizar la presencia de nuestros vinos y alimentos en

los mercados seleccionados a través de una completa agenda de trabajo personalizada para cada empresa.

A partir de este formato de agenda de trabajo se ha ideado el Plan de Promoción 2013 que incluye asimismo este nuevo formato.

¿Cuáles son las acciones que se desarrollan en Estados Unidos?

- Promoción en medios on-off line.
- Participación en el certamen Worlds of Flavor (WOF).
- Microsite.

### Experiencia:

#### Luisa Villegas, coordinadora de Artzai-Gazta.

*"Dentro del Plan Estratégico de 2009 hubo un apartado para internacional motivado por los reconocimientos a nivel mundial que habíamos recibido, por este motivo creímos que había una posibilidad importante en estos mercados. Así, en 2011 se consolidó el Plan de Internacionalización con unos países objetivos, teniendo en cuenta su potencialidad económica y cultural. Vimos que uno de ellos era Estados Unidos, que buscaban un queso europeo muy reconocido y ahí encajábamos. Desde ese año, comenzamos a realizar iniciativas privadas y también acciones impulsadas por el Gobierno Vasco como la promoción en Estados Unidos. Nos parece importante ir junto con otros productos como un aceite de calidad, unas guindillas, un buen vino y consideramos que es más enriquecedor. La agenda de trabajo de Estados Unidos ha ido bien, se están manteniendo las citas previstas y estamos contentos".*

### Experiencia:

#### Pieter Brolsma, Gerente Exba-7 Export Consortium, AIE

*"La experiencia vivida en las reuniones mantenidas en las distintas ciudades de Estados Unidos ha sido muy positiva. Gracias a la agenda personalizada organizada, siguiendo nuestros criterios de búsqueda para ampliar mercado en USA, hemos podido reunirnos, en la mayoría de los casos, con los perfiles realmente adaptados a nuestras necesidades comerciales. A diferencia de ferias donde solamente podemos reunirnos por periodos de no más de 10 minutos con un cliente y teniendo una gran cantidad de competidores cerca, en estas reuniones hemos podido conversar, interactuar y catar, en la mayoría de las ocasiones en sus empresas, durante más de 3 horas, lo que nos ha ayudado para realizar unas presentaciones lo más completas posibles. Las reuniones han sido siempre con los gerentes de las empresas importadores/distribuidoras, lo que facilita una toma de decisiones más rápida y adecuada para poder empezar a trabajar juntos. El envío de muestras para las presentaciones ha sido realmente útil y efectivo gracias al banco de vino creado para tales efectos e, incluso, en algún caso, hemos podido enviar muestras a los clientes más interesados después de haber mantenido las reuniones".*

## ACCIONES DEL GOBIERNO VASCO

# Una jornada acerca a las empresas vascas las claves de la promoción exterior y la internacionalización

Las empresas vascas han participado en una jornada informativa sobre claves y los instrumentos habilitados para el fomento de la promoción exterior y la internacionalización.

En esta jornada, se presentaron y explicaron todos los instrumentos disponibles de ambos departamentos para el fomento de la promoción exterior y la internacionalización.

El Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco organizó, junto al Departamento de Industria,

Innovación, Comercio y Turismo, el día 13 de septiembre esta jornada de presentación de las ideas clave para el Plan de Promoción 2013 de la Industria Alimentaria Vasca.

La jornada contó con la participación de dos empresas con casos de éxito en su estrategia de internacionalización: Bodega Eguren Ugarte y La Bacaladera que han transmitido su experiencia a los asistentes.

Aquí puedes consultar las presentaciones de esta jornada de internacionalización.



### • 'Programas de Promoción de la Internacionalización 2012'

*Catalina Chamorro, Directora de Internacionalización del Dpto. de Industria, Innovación, Comercio y Turismo.*



### • 'Internacionalización y Plan de Promoción exterior 2013'

*Amaia Barrena, Directora de la Dirección de Innovación e Industrias Alimentarias del Dpto. de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca.*



### • 'Modelo de Internacionalización. Eguren Ugarte'

*Koldo Eguren, Gerente de Bodega Eguren Ugarte.*



### • 'Nuestra experiencia. La Bacaladera'

*José María Salvador, Director Gerente de La Bacaladera.*

## Cuestionario

Por otro lado, las empresas han recibido un cuestionario para que identifiquen aquel mercado o mercados, por orden de preferencia e importancia para su empresa, en los que le gustaría que le organizarasen una agenda de trabajo y en los que asume su compromiso de participación.

## ACCIONES DEL GOBIERNO VASCO



# Se amplía el stand de Euskadi en Sirha Lyon 2013 para responder a la creciente demanda de las empresas

El stand de Euskadi en la feria Sirha Lyon 2013 ha incrementado su superficie para poder acoger la creciente demanda de las empresas vascas que quieren acudir a este Salón Internacional de la Hostelería, Catering, Restauración y Alimentación, del 26 al 30 de enero del próximo año.

Las empresas que acudirán a Sirha Lyon 2013 dentro del stand de Euskadi son:

- Conservas Ortiz S.A.
- AmeztoiAnaiak S.L.
- Txogitxu S.L.
- Corpa –Corp- Pascual Hnos. S.A.
- Casa Eceiza, S.L.
- Artadi Alimentación
- Patatas San Jerónimo, S.L.
- Fundación Valle Salado de Añana
- Gesalaga Precocinados S.A
- Conservas Dentici, S.L
- Salanort S.L
- Geltoki
- Angulas Aguinaga SAU

### Experiencia

**Isabel Lorea,**  
**Directora de Exportación de Angulas Aguinaga**

*“Francia es un país estratégico en cuanto a la exportación de nuestra gama de productos que cada vez es más amplia y más adaptada a las necesidades del consumidor francés. Visitamos la feria SIRHA hace unos años, y consideramos que es una de las mejores ferias de Alimentación que se realizan en Francia, tanto para el mercado francés como para el europeo. Por tanto, creemos que la feria SIRHA puede ser muy interesante para encontrar nuevos distribuidores, y entrar así en el mundo de la Restauración en la que, hoy por hoy, todavía no estamos muy presentes. Además la subvención que aporta el Gobierno Vasco es muy interesante para participar en ella”.*

## ENTREVISTA A... RADOSLAV ZEMAN



# “Los checos y eslovacos buscan cada vez más la cocina sana y rica y eso lo pueden alcanzar a través de los productos de alta calidad como los del País Vasco”

Radoslav Zeman  
Copropietario y administrador  
de la empresa BCM Brno.

### ¿Cuál es la trayectoria de BMC Brno? ¿Se trata de su primera visita a Euskadi?

BMC Brno se especializa ya desde hace 20 años en importar productos españoles y siempre quiere ampliar su gama. Para nosotros es la primera visita de BMC Brno en el País Vasco en una escala tan grande. Visitamos la región vinícola Rioja Alavesa, la costa con las fábricas de conservas y las viticulturas y Gipuzkoa con las fábricas de quesos, de turrónes y sidrerías.

### ¿Cuáles son sus principales clientes?

Ofrecemos nuestros productos en la gran gama de clientes de toda la República Checa y Eslovaca. Principalmente son sobre todo productores de alimentos (compran los productos para su posterior procesamiento), cadenas comerciales internacionales, cadenas de tiendas independientes, gastronomía, tiendas especiales de regalos y delicatessen y también tiendas de vinos, que en la República Checa son muy populares y muy extendidas, se vende vino y delicatessen. Además, en nuestra sede

de Brno disponemos de nuestra propia tienda “Bassta”, donde se venden todos los productos importados y tenemos la intención de expandirnos a través de franquicias en otras ciudades de la República Checa y Eslovaquia.

### ¿Por qué el público checo y eslovaco se interesa por los productos estatales?

Los productos vascos no son tan conocidos en nuestro país, pero los pocos que están en nuestro mercado son muy populares por su excepcionalidad y su calidad. Por ejemplo, los pescados, el marisco, el Txakoli y los vinos inconfundibles de Álava, la sidra y los dulces. Los productos vascos enriquecen no sólo la gastronomía, también el comercio.

### Y en sentido contrario, ¿por qué deberían interesarse las empresas vascas en exportar a estos mercados?

La República Checa tiene 10,5 millones de habitantes, la República Eslovaca 5 millones de habitantes, lo que es sin duda un mercado bastante grande para los exportadores vascos. Siendo

## ENTREVISTA A... RADOSLAV ZEMAN

miembros de la Unidad Europea no existen las barreras del comercio, lo que significa circulación libre de la mercancía. Los checos y eslovacos buscan cada vez más la cocina sana y rica y eso lo pueden alcanzar a través de los productos de alta calidad como los del País Vasco.

### **¿Qué ventajas de negocio tiene el mercado checo y eslovaco con respecto a otros mercados de la Unión Europea?**

Hace 20 años que las fronteras se abrieron y la gente va descubriendo los nuevos productos. Está cada vez más interesada, sobre todo en los de alta calidad y que sean buenos para su salud y nosotros podemos ofrecérselos. Hay que promover los productos con una cuidada promoción desde el principio.

### **Vinos, bebidas con y sin alcohol, aceitunas, aceite de oliva, deli, mariscos, jamón, productos refrigerados... ¿qué productos vascos le gustaría incluir en su gran oferta para el mercado checo y eslovaco? ¿Qué está buscando?**

En primer lugar buscamos el pescado y el marisco por la gastronomía y los clientes finales. También estamos interesados en los productos vascos típicos con los que podamos popularizar la renombrada cocina vasca como los quesos, licores, vinos, turrónes... Desde agosto de 2012 hemos empezado con el nuevo proyecto que incluye también la popularización de la cocina española. En nuestros sitios web [www.spanelskerecepty.cz](http://www.spanelskerecepty.cz) presentamos las recetas de toda España y también del País Vasco porque la cocina vasca es la número uno a nivel estatal y le prestamos especial atención. En el marco

## **“Los productos vascos no son tan conocidos en nuestro país, pero los pocos que están en nuestro mercado son muy populares por su excepcionalidad y su calidad”**

de este proyecto, nuestro cocinero elabora platos de la cocina española en los restaurantes en la República Checa y Eslovaca y así promociona los productos que están en nuestra gama.

### **¿Por qué hasta el momento se exportan tan pocos productos vascos a estas regiones?**

Después de más de 40 años, los checos empezaron a viajar y poco a poco empezaron a conocer otras culturas, incluyendo la gastronomía. Ahora la gente busca los productos que les gustaron en el extranjero y nuestra empresa puede llevarselos. Antes estos productos no existían en nuestro mercado y las cadenas comerciales fuertes se concentraban más en precios bajos que en calidad del producto. Ahora este fenómeno va cambiando y la gente sólo requiere la calidad justa.

### **¿Con qué expectativas acude al encuentro con las empresas de la industria de alimentación y bebidas vasca?**

Esperamos que las empresas vascas nos ofrezcan una amplia gama de sus productos para satisfacer a todos nuestros clientes y que construyamos relaciones comerciales sólidas y duraderas.

## ENTREVISTA A... RADOSLAV ZEMAN



**¿Cuál es la ventaja competitiva que considera, debido a su experiencia, que poseen los productos vascos para entrar en el mercado checo y eslovaco?**

Son productos de alta calidad y tienen un fuerte apoyo de marketing y se venden muy bien.

**¿Y cuáles deberían mejorar para ser más fuertes?**

Definitivamente, la publicidad y la promoción, lo que implica varias formas de promoción de ventas. Se trata de concienciar a la gente sobre el País Vasco y su gastronomía, para que se rompa la barrera del miedo a lo desconocido.

**Insisten en que "no somos sólo minoristas, saboreamos los bienes ofrecidos, por lo tanto sabemos lo que vendemos".**

Sí, en los viajes nuestros clientes y compradores pueden ver la alta tecnología de los suministradores,

quiénes son y cómo realizan el producto. Así el producto obtiene su "cara", saben lo que compran y nosotros podemos garantizar que el producto es realmente el correcto.

**En su cartera actual cuentan con 136 fabricantes españoles de los que importa a la República Checa 90 camiones de mercancía mixta al año, es decir, 2 camiones cada semana, ¿cuáles son las previsiones para los próximos años? ¿Qué proyectos de futuro tienen sobre la mesa?**

BMC Brno ha aumentado la importación de España cerca del 10% en los últimos cinco años. Importamos siempre el mismo rango de productos pero al mismo tiempo buscamos productos nuevos y excepcionales. Recientemente hemos empezado con nuestro nuevo proyecto de recetas y cocina española para popularizar esta cocina, su gastronomía y la cultura. ■



## CONVOCATORIAS ABIERTAS DE OTROS ORGANISMOS

# Foccus Bilbao 2012 Alimentación y gastronomía

[Inscribirse](#)



**Fecha:** Del 5 al 7 de noviembre de 2012.

**Lugar:** Bilbao.

# Exposición Klein & Fein

[Inscribirse](#)

**Fecha:** 18 de febrero de 2013

**Lugar:** Zürich (Suiza)

**Organismo convocante:** ICEX

**Plazo de inscripción:** 26 de octubre de 2012

## 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 de las empresas vascas de alimentación y bebidas se hace pensando en ellos.



### Experiencia

**Maite Aramendi Escuza, decoradora, 38 años**  
(Bilbao | Bizkaia)

*"En casa las conservas las solemos comprar en el ultramarinos de toda la vida de Bilbao y siempre son del País Vasco. Cuando vamos al supermercado tratamos de comprar queso y verdura de aquí, muchas veces con label. Y los sábados, cuando el tiempo nos lo permite, vamos al mercado y compramos directamente a los productores. Estoy acostumbrada a los sabores de aquí y hay cosas que te gustan y no las quieres cambiar; por eso compro el producto del País Vasco, sabes lo qué es y que va a estar bueno".*

## ACTUALIDAD



### Fiesta de la Vendimia

La XIX edición de Fiesta de la Vendimia de Rioja Alavesa 2012 celebra su acto central el domingo 16 de septiembre en la localidad de Lapuebla de Labarca.

**Jokin Villanueva Zubizarreta, Presidente de la Cuadrilla Laguardia-Rioja Alavesa**

#### **¿Qué supone para el sector vitivinícola esta fiesta?**

Tras 18 años de celebraciones, la Fiesta de la Vendimia de Rioja Alavesa es una expresión de la vitalidad de la comarca alavesa dedicada a la producción de uno de los mejores vinos de Europa. No sólo los once mil riojanoalaveses participan de lleno en ella, el resto del territorio de Araba/Álava y todo el País Vasco hacen suya una Fiesta en la que se expresa el orgullo y satisfacción por un trabajo, una forma de vida y una tierra pujante y llena de vida. Para el sector vitivinícola no puede existir mejor forma de apoyo ya que se distingue su calidad, capacidad e implicación social.

#### **¿La actividad está entendida como una acción promocional de las bodegas y de la zona de Rioja Alavesa?**

Esta fiesta constituye, ante todo, una forma de desarrollo rural de la Comarca y Cuadrilla de Laguardia- Rioja Alavesa. Con los actos que celebramos y en los que participan decenas de miles de personas, se ensalzan una forma de vida, de relaciones sociales, de cultura y de avance social de los quince municipios y cuatros Juntas que constituyen la comarca. La Fiesta de la Vendimia de Rioja Alavesa tiene carácter itinerante y en cada edición corresponde a uno de estos municipios su organización

junto a la Cuadrilla de Rioja Alavesa. Ello consigue una implicación absoluta de toda la comarca, de sus gentes y del sector vitivinícola. Más que una bodega o un conjunto de bodegas se divulga el valor de una tierra y de su principal producto: los vinos de Rioja Alavesa.

#### **¿El programa incluye alguna novedad?**

En esta edición es Lapuebla de Labarca el municipio anfitrión. Días antes de su celebración comenzaban los actos con el hermanamiento del Vino de Rioja Alavesa con el aceite de Rioja Alavesa, un producto que se fomenta desde hace unos años con la recuperación de olivares y trujales de nuestra zona. Junto a ello se realiza un gran trabajo de promoción social de sectores desfavorecidos y eso es importante. En cuanto a la fiesta como tal, Lapuebla de Labarca ofrece un singular recorrido por sus calles con diversas actuaciones lúdicas y culturales que muestran a quienes visitan la Comarca de Rioja Alavesa las singularidades de la zona y las oportunidades de ocio que allí se encuentran... siempre, claro está, con la omnipresente cultura del vino.

[Aquí puedes consultar los galardonados en el XIX Concurso de Vinos de la Fiesta de la Vendimia de Rioja Alavesa. De los 24 premiados, 17 de ellos son de Rioja Alavesa.](#)

**ACTUALIDAD**



[Cata de vinos de Rioja Alavesa, chocolate Gorrotxategi y aceite de oliva virgen extra con EuskoLabel](#)

Mikel Garaizabal y Rafael Gorrotxategi impartieron una peculiar cata de vinos de Rioja Alavesa, chocolate Gorrotxategi y aceite EuskoLabel en la localidad alavesa de Samaniego dentro del programa 'El Lugar de Samaniego'.



[San Sebastián Gastronomika del 7 al 10 de octubre de 2012](#)



[Alimentaria & Horexpo Lisboa se celebrará del 14 al 17 de abril de 2013](#)

El Salón Internacional de la Alimentación, Hostelería y Tecnología para la Industria Alimentaria de Lisboa es la feria del sector de la alimentación en Portugal y cuenta con 45.000 m2 de exposición, 850 empresas, portuguesas y extranjeras, 30.000 compradores profesionales y 1.200 compradores extranjeros.



[La D.O. Idiazabal lanza una 'Experiencia Idiazabal' en las redes sociales](#)

La historia de la DO Idiazabal desde sus primeros pasos en 1987 hasta la actualidad. Éste es el hilo conductor de la 'Experiencia Idiazabal' impulsada por el Consejo regulador, con motivo del 25 aniversario de esta Denominación de Origen. Se trata de una difusión en las redes sociales para contar a través de la propia página web de la D.O. su historia.

[www.facebook.com/Quesoldiazabal](http://www.facebook.com/Quesoldiazabal)

## NOVEDADES DE PRODUCTO



En esta ocasión, la sección de 'Novedades de producto' de la web de Promoción Alimentaria incluye una entrevista a Isidro J. Pérez de Aragón, Director Comercial de Nortindal Sea Products que nos habla sobre la tinta de calamar, que ha recibido el segundo premio Innoval 2012 en Alimentaria México, los nuevos productos que van a sacar al mercado, la filosofía de la empresa, sus mercados de actuación, sus acciones de promoción...



Entrevista.



The screenshot shows the website's layout with a navigation bar at the top, a sidebar menu on the left, and a main content area with several news articles. A 'Web Promoción Alimentaria' label is positioned at the bottom right of the screenshot.

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

