



McDONALD'S ESPAÑA SE SUMA A LA MODA ECO CON HUEVOS DE CAMPO FRANCESES

El Consejo de Administración de la compañía en EE.UU rechazó en abril incorporar esta misma medida para el mercado estadounidense

McDonald's, la multinacional norteamericana especializada en "fast food", acaba de hacer público que en sus establecimientos españoles empleará y servirá solo huevos provenientes de gallinas al aire. Según una información publicada el pasado mes por el diario financiero Cinco Días, McDonald's España importará para su red de establecimientos españoles huevos franceses producidos bajo el que denominan standard "free range".

La compañía, que en estos momentos ya emplea este tipo de huevos en un par de sus McDonald's españoles, en concreto aquellos en los que se sirve desayunos, como es el caso del situado en la T4 de Barajas, quiere extender este consumo a todo el país, aunque ello suponga tener que importar los huevos desde Francia para cubrir el mercado español.



El principal argumento recogido por Cinco Días para justificar la medida: impulsar una "política de sostenibilidad en este producto que evite el consumo de huevos de gallinas explotadas en granjas avícolas donde se hallan sin el suficiente espacio". La medida, según el periodista autor de la información, permitirá a McDonald's distribuir huevos de gallinas "criadas en praderas, de una forma completamente natural y cuyos huevos son los que alcanzan la mayor calidad" (sic). Una afirmación en plena sintonía con el principal y más repetido argumento de venta del marketing eco: el de la supuesta calidad.

Así, con la incorporación de este tipo de huevos a los menús de los McDonald's españoles, la compañía se suma a la moda o, más bien tendencia, imparable tendencia del mercado hacia los llamados produc-

tos eco en aras de un supuesto incremento en la calidad de los productos alimenticios.

En este sentido, y tal y como publicaba Cinco Días, cabe recordar que en EE.UU la compañía tuvo que hacer frente el pasado abril a una propuesta de la asociación animalista "Humane Society of the United States" para que el 5% de la red de McDonald's emplease huevos de corral o de campo. Ante el rechazo explícito del Consejo de Administración, la compañía recordó que sus proveedores "podían" - no debían - utilizar gallineros con un espacio mínimo de 464 cm² por gallina.

El rechazo a esta propuesta en EE.UU. contrasta con la política de la firma hacia el mercado europeo, donde la compañía sí se ha mostrado más sensible con las peticiones de este tipo de asociaciones anunciando el compromiso de dejar de usar huevos no ecológicos de aquí a finales de año. Una estrategia comercial que McDonald's España ha adoptado alineándose con lo que ya hace en el resto de Europa. ●

CELEBRADAS LAS XXVIII JORNADAS DE MARKETING DE VETERINDUSTRIA



Durante los días 1 y 2 del pasado julio la Asociación Empresarial Española de la Industria de Sanidad y Nutrición Animal celebró en Barcelona sus XXVIII Jornadas de Marketing, a la que asistieron más de 90 profesionales de los laboratorios miembros del Grupo de Marketing de la Asociación.

Las Jornadas fueron inauguradas por el Presidente de la Asociación, Juan Carlos Castillejo, y por el del Comité de Marketing, Juan Antonio Latorre, quienes tras dar la bienvenida a los asistentes, abrieron los dos días de debate a los Grupos de Trabajo, así como a las diversas ponencias de expertos invitados a las Jornadas.

Además de foros de debate en los que participaron representantes de los Grupos de Porcino, Avicultura, Rumiantes y Animales de Compañía y Équidos, también tuvo lugar una sesión plenaria con diversas intervenciones que analizaron el sector desde diferentes perspectivas.

En este sentido, intervinieron José Luis Sánchez, Director General y socio de SAT 9892 Vallehermoso, tratando del "Sector Porcino: Una visión global del negocio y sus retos", Carlos Gil Barceló, Director de Business Milk, con la ponencia "El Sector Lácteo: aspectos claves y expectativas de futuro", Gonzalo González Mateos, de la Universidad Politécnica de Madrid, sobre "La producción ganadera en la UE y su repercusión

sobre la producción nacional" y Katia Leal, Directora de Publicis Healthcare Communications Group, sobre "El punto de mira: la comunicación eficaz en salud humana y animal".

Otro tema de interés para los trabajos del Comité fue el analizado por Antonio Jiménez Blanco, asesor jurídico de Veterindustria, que habló sobre *Promoción y Publicidad: normativa y deontología*.

Las XXVIII Jornadas de Marketing fueron clausuradas por César Carnicer, representante de la Junta Rectora de Veterindustria en el Comité Permanente de Marketing. ●



CONCURSO DE TORTILLA DE PATATAS DE RADIO SAN SEBASTIÁN 2010

Patrocinado por Gorrotxategi —Huevos Pitas/Pitas— el 18 de agosto pasado se celebró el genuino **Concurso de Tortillas de Patatas** de la Semana Grande de Donostia, que organiza Radio San Sebastián.

El Concurso se inició hace 25 años, entre Radio San Sebastián y unos famosos cocineros donostiarras que apoyan en éste tipo de iniciativas y además son unos enamorados de los huevos, con la idea de promocionar el consumo de este producto. El resultado es que ahora se hacen varios concursos con varias emisoras de radio durante el año y el éxito es creciente, de año en año, sumando nuevos adeptos, entre cocineros, famosos, etc.

En este último Concurso todos los participantes se llevaron de regalo productos relacionados con la elaboración de una buena tortilla de patatas: un delantal de la candidatura a capital europea de la cultura Donostia 2016, una cuchara de nylon y acero inoxidable de la empresa Lacor y un lote compuesto por huevos, patatas y aceite.

En cuanto a los premios, el primero fue un viaje a Canarias para dos personas y un menaje de cocina y los dos siguientes sendos menajes de cocina.

Los miembros del jurado eran varios conocidos restauradores de San Sebastián, críticos gastronómicos y presentadores de televisión y Luis Gorrotxategi, de Huevos Pitas-Pitas, coincidió todos ellos en que el nivel culinario de las tortillas de patatas presentadas este año ha sido excelente. ●



PROPOLLO COMENTA LA DECISIÓN DE LA UE SOBRE HARINAS ANIMALES

El pasado 16 de julio la Comisión de la Unión Europea —UE— ha aprobado una propuesta para suavizar las restricciones que se aplican en la misma desde la última crisis de las «vacas locas», en los años 2000-2001, sobre el uso de harinas animales para alimentar a las aves, los cerdos y los peces, que está prohibido actualmente, porque considera que a estas alturas ha descendido lo suficiente el número de reses afectadas.

En relación con ello, en unas manifestaciones a EFEAGRO el Presidente de PROPOLLO, Federico Félix, ha destacado que la posibilidad de utilizar proteína animal en los piensos no tendrá un gran impacto en el sector y que su entrada en vigor todavía se demorará varios meses. «Si lo aprueban estará bien, pero no teníamos un interés muy especial en ello, ya que el aumento de costes que suponía no poder utilizar proteína animal lo trasladábamos al precio final», ha explicado.

Según ha explicado Federico Félix, esta disminución de costes que podría permitir la nueva norma no significa que vayan a bajar los precios, ya que «las materias primas están subiendo», por lo que se producirá «una compensación». En cuanto al ahorro que puede suponer el uso de proteína animal en los piensos, ha señalado que todavía no se puede cuantificar, ya que antes de que se aplicara la prohibición «se utilizaban proteínas de cerdo para alimentar a los cerdos y de pollo para los pollos, y ahora será al revés».

Según parece, lo que se ha planteado la Comisión Europea es evitar el «canibalismo», es decir, que una especie animal ingiera restos de su misma especie. ●