

ALIMENTARIA 2012, una gran feria, pero con escasa representación avícola



De igual forma que en ocasiones anteriores, creemos interesante glosar lo que ha sido la edición del 2012 de ALIMENTARIA, esta macro-manifestación ferial que, en los años pares, podríamos decir que abre la primavera en Barcelona.

En esta ocasión, teniendo lugar durante un día menos que lo habitual, durante las jornadas del 26 al 29 de marzo -lo cual nos parece muy razonable, en las épocas de ajustes económicos en que nos hallamos- ALIMENTARIA coincidió además, el último día, con la convocatoria de la huelga general en todo el país. Menos mal, sin embargo, que ello apenas tuvo efecto sobre el número de visitantes de esa jornada y no fuera obstáculo para que el balance final se cerrara con unas cifras aún algo superiores que las de la anterior edición, unos 142.000, lo que consolida a esta manifestación como una de las más importantes que tienen lugar en todo el mundo.

Enfocada netamente de cara a los profesionales, el haber contado con visitantes de unos 60 países y alrededor de 4.000 empresas expositoras -de ellas, unas 1.300 extranjeras-, ocupando casi 95.000 m² de superficie en 7 pabellones del recinto de la Gran Vía barcelonesa, avalan la importancia de esta feria que, representando al sector de la alimentación, es el segundo en importancia en España -con el 7,6 % del PIB-, detrás del turismo.

Pero dicho esto, es obligado reconocer que en cuanto a la representatividad de los productos avícolas ALIMENTARIA dejaba mucho que desear ya que ésta era mucho más escasa que lo que debería ser por la importancia de nuestro sector. Es más, paradójicamente, el logo de este año de la feria volvía a ser un huevo, como lo fue en el 2010, mostrado en la forma original que ilustra este reportaje...

Esta aparente falta de interés del sector avícola por acudir a la cita de ALIMENTARIA se evidenciaba incluso en el extenso programa de actividades desarrolladas durante la misma, con conferencias, "talleres", presentaciones, degustaciones, etc. de todo tipo, llevadas a cabo a lo largo de las 4 jornadas. Pues bien, de las alrededor de 300 actividades registradas ¡ni una sola avícola!, lo que nos parece inconcebible por no haber pensado nadie en incluirlas, teniendo en cuenta el eco que suelen tener tanto entre los profesionales de la restauración como en los medios de comunicación.

Veamos, de todas formas, lo que, en lo referente a los productos avícolas, pudimos apreciar en una agotadora visita de varias horas a esta feria.

Continúa ►

El «producto de mi granja»



AviAlter ha participado en las últimas fechas en el trabajo que está llevando a cabo la Comisión Europea sobre la posible mención de calidad "Producto de mi granja". Así, el pasado día 20 de marzo, J. Carlos Terraz, como presidente de AviAlter, participó en una reunión mantenida entre Michael Erhart -Jefe de la Unidad de Política de Calidad de la DG Agri- y ERPA, en Bruselas. El Comisario Europeo de Agricultura, Dacian Ciolos, está muy interesado en potenciar la venta directa y los circuitos cortos de comercialización para aportar una mayor renta a los agricultores y ganaderos de la UE. Además, se considera muy beneficioso tanto para el productor como para el consumidor ya que permite a través del trato directo establecer un vínculo íntimo entre producción y consumo. El consumidor puede adquirir productos agropecuarios no banalizados, con una "historia", un producto que se puede "contar". Tal vez, ese producto auténtico que necesita tiempo para ser cocinado y que es ideal para el fin de semana o para cuando hay visitas.

En esta relación el agricultor-ganadero es mucho más que un productor de materia prima para la industria o para la gran distribución, ya que presenta en el mercado un producto a la medida exacta de las necesidades de sus clientes directos.

De estos trabajos han surgido unos interrogantes a los que ERPA ha dado respuesta según sus criterios y que aquí se plantean.

Continúa ►

► El «producto de mi granja»

Contribución de ERPA a la reflexión sobre la mención "producto de mi granja"



Como continuación al intercambio de opiniones mantenido con la DG Agri sobre el proyecto de una posible mención "producto de mi granja", resumimos la posición de AviAlter sobre algunas cuestiones aparecidas en reelación con el asunto:

- **¿Mención o logo?** ERPA se pronuncia en contra de un logo suplementario y a favor de una mención "producto de mi granja" coherente, enunciada en la lengua de cada país con una presentación similar.

- **¿100% de la explotación incluida la alimentación de los animales?** Para ERPA, es imposible obtener el 100% del alimento en la propia granja. Los criadores no son necesariamente cerealistas, además los hay ubicados en zonas áridas o con tierras pobres, y raramente producen proteínas. Este punto no debe ser considerado un criterio para la obtención de la mención "producto de mi granja".

- **¿Aprovisionamiento local de la materias primas de la alimentación?** ERPA indica que esta disposición no es aplicable de forma generalizada -por ejemplo, en zonas áridas de España, donde hay granjas con pocos cultivos posibles- Por otro lado, la aplicación del aprovisionamiento local es, a menudo, variable de un Estado a otro y puede provocar distorsiones de competencia con grandes desviaciones en los precios de las materias primas. Estas diferencias se observan, por ejemplo, en las producciones animales ecológicas para las que esta regla de aprovisionamiento local se aplica.

- **¿Tipo de matadero?** Para ERPA, debe ser posible sacrificar a los animales en la propia granja -en matadero con derogación o agregado a normas CE- o por encargo en otro. En todos los casos, el

Continúa ►

► Alimentaria 2012, una gran feria...

Novedades

De las especialmente destacadas por ALIMENTARIA, como merecedoras de los Premios Innoval 2012, solo hubo una en el grupo de los productos cárnicos y derivados, las **Mini Barritas de Pavo**, de la empresa Campofrío. Se trata de un tentempié con un bajo poder calórico -tan solo 24 kcal-, envasado en forma individual para conservar sus propiedades organolépticas y presentado en 4 variedades, natural, braseada, con naranja y pasas, y con piña.

También en Innoval, pero sin haber entrado en el grupo de los premiados -aunque a nuestro juicio hubiesen tenido que estar incluidos- hay que mencionar otros dos productos de una empresa que en cada nueva convocatoria de ALIMENTARIA nos ha sorprendido con sus innovadoras ideas, la gerundense **Mas Parés**, uno de los líderes españoles en el sector del foie gras.

En esta ocasión el espíritu creativo de la empresa se manifestó mediante dos productos:

- **Un foie gras con sobrasada y miel**, una sorprendente fusión del hígado de pato que dan un toque irresistible al paladar mediante dos alimentos, aparentemente irreconciliables, y que encuentran en la miel al perfecto y saludable aliado para obtener esta genuina mezcla de sabores mediterráneos.

- **Un "Kaviar" de foie trufado**, producto nacido gracias a la técnica de esferificación, un sistema novedoso que forma parte de la alta cocina moderna. La trufa y el foie gras son dos elementos que constituyen la máxima expresión de la sofisticación en la mesa, presentándose en forma de pequeñas esferas.

Y siguiendo con el pato...

Al igual también que en convocatorias anteriores, el sector del pato, aunque minoritario, también se hizo notar a través de los stands de algunas empresas, como fueron:

- **M. Etzenike**, un elaborador artesano navarro, con una amplia variedad de exquisitos derivados de oca y pato, sin conservantes

Continúa ►



El envase de las Mini Barritas de Pavo, de Campofrío.



Los dos productos estrella de Mas Parés que se describen en el texto.

ni aditivos, como son un "parfait" de pato, un bloc de pato y oca trufado, un foie gras con salsa de uvas, un milhojas de foie gras de oca, etc.

- **Katealde**, otra empresa navarra, elaboradora también de una gran diversidad de productos de estas dos especies: foie gras entero, blocs de foie de oca y de pato, blocs con piñones o con almendra, paté de foie al Oporto, etc.
- **Delpeyrat**, una conocida empresa francesa, que con una tradición más que centenaria, también estuvo presente con una amplia diversidad de productos del pato, presentados por su filial española, Delpeyrat Ibérica, S.L.
- **Montflorit**, una empresa catalana, también del mismo sector, así como elaboradora de otros diversos fiambres.



El Milhojas de foie de pato con manzanas, de la francesa Delpeyrat.



Lotes de foie entero y "mi-cuit" de pato, de Katealde

Otros productos cárnicos

Aunque dentro de los productos del pato, mención aparte merece la conocida firma gallega **Cogal**, exhibiendo 4 presentaciones de esta especie: medallones, filetes, muslos y aves enteras envasadas en atmósfera protectora.

Y ya dentro de la amplia variedad de productos del reino de las aves también pudimos ver... y degustar, los productos de las siguientes empresas:

- **El Rincón**, una empresa madrileña, de las pocas en actividad en el sector del avestruz, con una buena variedad de productos derivados de esta ave.



El "royal" de codorniz, con foie y ceps (boletus), un producto estrella de Urgasa.

- **Urgasa**, una ya tradicional empresa ilerdense con una muy amplia variedad de especies avícolas alternativas, descollando las codornices -aves y huevos-, pero con presencia también de faisanes, pulardas, pintadas, picantones y patos Pekín.

- **La abuela Cándida**, una empresa de Ciudad Real, de cuya extensa gama de elaborador cárnicos cabe destacar los "caramelos"

Continúa ▶

criador debe continuar siendo el propietario de las aves y es él quien las pone en el mercado hasta el consumidor final. La trazabilidad es indispensable pero no suficiente. La verificación de la propiedad del producto debe estar asegurada.

• **¿Venta directa o a través de intermediario?**. Para ERPA, la mención "producto de mi granja" debe ser reservada a la venta directa o local via un pequeño establecimiento o en el mercado local únicamente. No puede ser accesible a los circuitos largos clásicos de la distribución, via grandes superficies, por ejemplo.

• **¿Venta local y limitación del territorio de venta?**. ERPA defiende el principio de limitar esta mención a las ventas locales. Esto implica una limitación del territorio de venta de los productos.

• **¿Pequeño productor y limitación del tamaño de la explotación?**. ERPA defiende limitar esta mención para los pequeños productores, con una limitación de su tamaño a definir, con el fin de permitir al productor poder vivir pero sin abrir a las grandes empresas que no sean granjas familiares (caseríos, masías, alquerías, torres...)

• **¿Registro de la explotación para un régimen creíble?**. Según ERPA, hace falta un sistema de registro por parte de la autoridad nacional suficientemente simple para que sea accesible a los pequeños productores.

• **¿Qué controles?**. Para ERPA, hace falta un control simple pero eficaz para limitar los fraudes. El control deber ser efectuado en el momento del registro por la autoridad nacional y después habrá controles periódicos para verificar que no hay lugar a fraudes -por ejemplo, el modo de cría de las gallinas ponedoras-. El control podría hacerse, por ejemplo, en el momento del control sanitario de la granja por la autoridad.

• **¿Qué reglas de producción?**. La Comisión considera que es difícil aportar unas reglas de producción y que esto es responsabilidad del productor. A ERPA le parece inconcebible vender aves estándar con la mención "producto de mi granja". Es necesario tener una base mínima de calidad para no caer en el riesgo de banalizar el proceso de producción y favorecer los fraudes (la reventa de productos, por ejemplo). ●

Proyectos para hacer de China gran productora de paté disgustan a los ecologistas



Según una información publicada el pasado marzo en Shanghai -China-, grupos ecologistas chinos han expresado su malestar por la proliferación de granjas de cría de patos para la fabricación de paté de «foie gras» en el país, donde las leyes contra el maltrato de animales para este tipo de producción son menos estrictas.

Si esto continúa, China va camino de convertirse en un importante país productor de paté de «foie gras», dada la creciente tendencia del sector del pato a desplazar la fabricación a países en desarrollo en los que es más fácil llevar a cabo la sobrealimentación forzosa de los animales.

Eso está haciendo saltar las primeras alarmas ecologistas, por ejemplo en torno al proyecto de un centro de producción masiva de foie gras, con inversión británica, a orillas del lago Poyang, en la provincia de Jiangxi, pese a que en China apenas se consume este producto.

En ese caso concreto, la Sociedad Darwin para el Conocimiento de la Naturaleza, de Pekín, ha puesto en marcha una campaña para boicotear el paté en el país, a pesar de que «el proyecto ya ha empezado, y los primeros productos se espera que estén en el mercado a finales de año», según un portavoz de la asociación. Esta Sociedad planea boicotear el producto ante el anuncio de la firma británica Creek Project Investments de que invertirá 100 millones de yuanes -unos 12 millones de euros- en una granja en Ganlu para producir 1.000 toneladas de paté al año. EFEAGRO ●

Alimentaria 2012, una gran feria...

de faisán, de perdiz y de foie, los muslitos y brochetas de codorniz, etc.

- La palentina **Cascajares**, ya aparecida en estas páginas en varias ocasiones, principalmente por sus celebrados capones, ahora acompañados por una pularda trufada asada al horno, presentada en forma refrigerada.



Caramelo de Paté

"Caramelos" de faisán, una exquisitas delicatessen de La abuela Cándida.

Escasa presencia del huevo

Para finalizar, recalcaremos que lo que nos causó peor impresión fue la mínima presencia del sector del huevo, por la ausencia de alguna firma ya tradicional en ALIMENTARIA que tan vez ya habían agotado sus recursos económicos para esta ocasión o bien con otras preocupaciones debido a la situación tan atípica por la que está pasando este sector.

A destacar, sin embargo, a la empresa gerundense **Liderou**, asociada al grupo Matines, publicitando el origen de su producto -"L'ou.cat"- y exhibiendo además unos huevos de codorniz hervidos y pelados.

Otra gran empresa del sector, la murciana **Maryper**, exhibiendo una variada gama de su producto "Ovogym", ya presentado en anteriores ediciones de la feria, ahora con diferentes presentaciones pero siempre de su original envase "mix pak".



Unas "trouxas" de huevo de Derovo, algo que los muy golosos no pueden dejar de probar en Portugal.

Finalmente, la portuguesa **Derovo** que, con su slogan de "todo lo que el huevo puede ser" ya nos dice la amplísima variedad de ovoproductos que oferta: huevo líquido, en polvo, en spray, cocido, crema dulce, hilado, en "trouxas", etc. ●

José A. Castelló

jacastello@avicultura.com