

Ignacio Cruz Roche, nuevo presidente de Mercasa



El consejo de administración de la Empresa Nacional Mercasa, a propuesta de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), nombró el pasado 5 de febrero a Ignacio Cruz Roche presidente de la compañía, en sustitución de Javier de Paz Mancho, que cesó el pasado mes de diciembre a petición propia.

Ignacio Cruz Roche asume la presidencia de Mercasa después de haber sido director general de Política Comercial en el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, desde mayo de 2004.

Desde ese mismo año 2004, Ignacio Cruz Roche era también consejero y vicepresidente del consejo de administración de Mercasa, además de vicepresidente del Observatorio de la Distribución Comercial del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y del Observatorio de los Precios de los Alimentos del Ministerio de Agricultura.

El nuevo presidente de Mercasa es doctor en Ciencias Económicas, licenciado en Derecho y en Ciencias Empresariales. Es catedrático numerario de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad Autónoma de Madrid, donde ha sido director del Departamento de Financiación e Investigación de Mercados, además de vicerrector de Planificación y Relaciones Institucionales y secretario general de la Universidad Autónoma de Madrid.

Ignacio Cruz Roche ha publicado diez libros y cerca de cien artículos en revistas especializadas, sobre temas de comercialización, economía de la empresa y protección social. En este mismo ámbito, es miembro del consejo de redacción de *Distribución y Consumo* –revista editada por Mercasa– desde octubre de 1996.

Asimismo, ha sido consultor de UNCTAD-GATT, de la Organización Mundial de la Salud, de la DGV de la Unión Europea, de diversos ministerios y organismos públicos españoles, y de varias empresas y asociaciones empresariales.



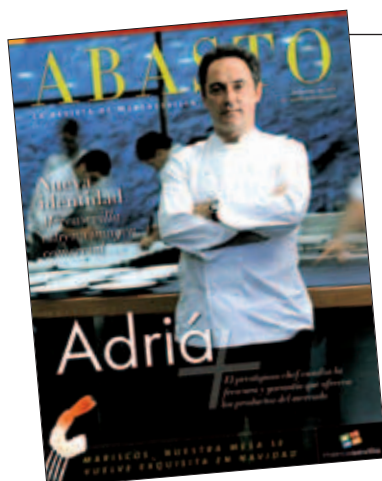
La mayoría de los inmigrantes sigue costumbres similares a los españoles en su alimentación

La ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, presentó el pasado 7 de febrero el libro “Hábitos alimentarios de los inmigrantes en España 2007”, en el que se analizan los datos sobre los extranjeros residentes en España, que es tomado como base para un estudio de los hábitos alimentarios y de compra de la población inmigrante, realizando además una comparación con el estudio realizado en el año 2004.



Las principales conclusiones del estudio reflejan la progresiva integración de la población inmigrante al adaptarse a las costumbres españolas a través de los hábitos alimentarios, al tiempo que aportan su propia riqueza y variedad alimentaria, tal como refleja el estudio realizado por el MAPA en colaboración con Nielsen. En tal sentido, cabe resaltar que el 71% declara que le gusta mucho o bastante la comida española frente al 64% en 2004.

Respecto a las comidas, el 55% de las que hacen los inmigrantes las consideran “comidas españolas”, por un 45% que las califican como de su país de origen, lo que refleja un importante nivel de integración. El porcentaje de “comidas españolas” ha subido cuatro puntos desde el anterior estudio de 2004. Destaca la evolución positiva de los inmigrantes de América Central y del Sur, que ha pasado de un 46% en 2004 al 59% actual, situándose ahora por encima de la media. Actualmente, los asiáticos son los que muestran un porcentaje menor de consumo de comida española, con un 32%.



Mercasevilla edita su nueva revista *Abasto*

Con el fin de reafirmar y confirmar su compromiso de información con las empresas que ejercen su actividad en Mercasevilla, así como con los trabajadores y trabajadoras, la Unidad Alimentaria acaba de editar el primer número de la revista *Abasto*. Con ella, Mercasevilla muestra su apuesta por la modernización, expone sus aspiraciones y para lo que está trabajando arduamente, y busca

acercar a los ciudadanos el concepto y función de Mercasevilla como punto de unión y coordinación de los diversos mercados mayoristas.

www.alimentacion.es, la web que promueve los alimentos de calidad

La nueva web www.alimentacion.es, puesta en marcha por el Ministerio de Agricultura, tiene como objetivo informar y promover el consumo de los alimentos de calidad dentro y fuera de España, “aprovechando la potencialidad y universalidad de Internet”. Así lo indicó el pasado 4 de diciembre la ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, durante el acto de presentación del nuevo portal, que proporciona en las distintas lenguas oficiales del Estado, en francés, en inglés y en chino, información y contenidos que “nos permitan saber más” sobre los alimentos y la alimentación y, por tanto, “comer mejor”. Uno de los aspectos más novedosos del nuevo portal es la inclusión del apartado de localización geográfica, que ofrece a los usuarios de la red información “georreferenciada”, sustentada sobre la base del SIG-MAPA, de todos los productos con denominación de origen, así como de información geográfica de las empresas adscritas a los sistemas de calidad diferenciada. Asimismo, en la página web también se incluyen apartados sobre campañas puestas en marcha tanto por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación como por el propio sector; turismo agroalimentario, para lo que se ha contado con la colaboración de Tuerespaña, Acevín y Paradores Nacionales; Premios de Alimentación; noticias y área multimedia, y área de profesionales.



La segunda edición de España Original se celebrará el próximo mes de mayo

Celebrar España Original equivale a proponer varias ferias internacionales a los compradores de nuestro país en un solo evento”. Con estas palabras, el director general del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX), Javier Vega, ha mostrado su confianza en la capacidad para generar negocio de España Original, la Feria de las Denominaciones de Origen y otros productos agroalimentarios de calidad, cuya segunda edición se celebrará entre los próximos días 13 y 15 de mayo.



La manzanas italianas Marlene ya se comercializan en España

La marca italiana de manzanas Marlene empieza a comercializarse en España esta temporada. Una marca que comercializa las manzanas cultivadas por el Consorcio VOG, que agrupa a 21 cooperativas de productores de la región italiana del Südtirol, donde se cultivan cada año más de 900.000 toneladas de esta fruta. Marlene, que ofrece cinco variedades de manzanas, pretende alcanzar un volumen de ventas en la península de 30.000 toneladas para finales de 2010, gracias a acuerdos en exclusiva con algunos importadores españoles. Según el director del Consorcio VOG, Gerhard Dichgans, España es un mercado “muy interesante” para su marca, con entre 700.000 y 750.000 toneladas de manzanas consumidas al año.



Coca-Cola cambia el logotipo de todas sus marcas a nivel mundial

La multinacional de refrescos Coca-Cola va a llevar a cabo cambios en su logotipo y en los envases de todas sus marcas a nivel mundial, que estarán vigentes a partir de la próxima primavera. En este nuevo diseño busca una “vuelta a la simplicidad”, se mantendrá el color rojo característico de la marca así como el grafismo de los caracteres, y se eliminarán las burbujas y las ondas de color amarillo y plata que actualmente presentan todos los formatos de este refresco. La nueva presentación se incluirá en los principales formatos que actualmente se comercializan en el mercado español, como son el PET, lata y en los envases de vidrio retornable y no retornable.

La Denominación de Origen La Mancha presenta sus Vinos Jóvenes 2007

El Jardín Tropical de la Estación de Atocha ha sido nuevamente el escenario de la novena presentación de los Vinos Jóvenes de la Denominación de Origen La Mancha en Madrid, dirigida a todos aquellos aficionados al vino interesados por conocer de primera mano el producto elaborado por las 20 bodegas participantes. En la presentación, que tuvo lugar los días 3 y 4 de diciembre, los asistentes pudieron degustar, además de vino, otros productos, como la berenjena de Almagro, los quesos La Casota de La Solana (Ciudad Real), el pan de cruz de Ciudad Real y las semiconservas de pescado Kiele de Socuéllamos (Albacete).

Como en los cuatro últimos años, esta presentación ha coincidido con la entrega de los Premios Joven, con los que el Consejo Regulador reconoce el esfuerzo y la dedicación de un “Joven Director de Hotel”, “Joven Maitre” y “Joven Sumiller”. En esta ocasión los ganadores han sido David Navarro Jiménez, director de sala del restaurante Puerta 57 de Madrid; Pilar Rodríguez Galve, sumiller del restaurante Urrechu de Pozuelo de Alarcón (Madrid) y José Sánchez Martínez, director de Rafael Hoteles Atocha. Además, como en las últimas ediciones, también se han entregado los premios “Joven Solidario”, destinados a personajes populares, entre los que están el ciclista Alberto Contador, último ganador del Tour de Francia; Pilar García Muñiz, presentadora del programa *España Directo*; y Elena Furiase, actriz de *El Internado*.



El VI Foro Mundial del Vino profundizará en el consumo y apertura de mercados

El VI Foro Mundial del Vino, que se celebrará del 23 al 25 de abril en Logroño, reunirá a especialistas en economía y marketing, con el fin de que el sector pueda conocer los mercados y encontrar los instrumentos adecuados para fomentar el consumo responsable de vino y abrir nuevos nichos de mercado. Esta es la principal novedad de esta próxima edición, presentada el pasado 30 de noviembre en Logroño en el contexto del convenio firmado entre el Gobierno riojano y la Federación de Empresarios de La Rioja, como entidades organizadoras.

El Foro se estructurará en las áreas de Viticultura, Legislación, Enología y Marketing, aunque a esta última, dado su importancia, se le dedicarán dos sesiones completas. La organización ha considerado importante impulsar el área del marketing para que el sector en Europa sea competitivo ante la disminución del consumo y la competencia creciente de mercados. Dentro de este apartado, expertos americanos profundizarán en la venta del vino en Estados Unidos, que es uno de los principales mercados, y se analizarán los nuevos segmentos del mercado y las preferencias de los consumidores, todo ello con el objetivo de que el sector conozca las estrategias de marketing necesarias para atender las nuevas tendencias y atender y fidelizar a los consumidores.

Los españoles priman la salud al gusto en la alimentación

Los españoles son responsables con su alimentación y el 71,7% asegura que en su dieta prima la salud a sus gustos culinarios, tendencia que aumenta con la edad, según se desprende del “Estudio sobre vivienda, decoración y alimentación de la población española” llevado a cabo por Carrefour. Los más cuidadosos con su alimentación son los habitantes de Baleares y Canarias (84,8%), y los menos los de la zona noreste (63,9%), y en cuanto a preferencias culinarias, paella (23,8%), cocido (17%), pasta (16,9%) y tortilla de patatas (11,8%) vencen con rotundidad a la hamburguesa (0,3%), la pizza (0,7%) y la carne (2%). Los más aficionados a la pasta son los isleños (20,8%) y los levantinos (20,2%). La tortilla de patatas triunfa en mayor grado en las islas y Andalucía, el jamón en Madrid y la verdura en Cataluña. Por edades, los menores de 40 años eligen la pasta como plato preferido y los de 41 a 70 años prefieren la paella. El producto que los españoles consideran imprescindible en una cena importante es el vino (33,4%), así como el jamón (28,5%) y el marisco (18,7%). En Andalucía el jamón adelanta al vino y en Cataluña el cava se sitúa en cuarto lugar.

Mercabarna recibe a industriales del pescado de 40 países

Más de un centenar de industriales del sector del pescado de todo el mundo visitaron el pasado 30 de enero el Mercado Central del Pescado de Mercabarna, en el marco de la celebración del congreso Seafood Summit, que se celebró en Barcelona del 27 al 30 de enero. Los congresistas mostraron su interés por conocer el funcionamiento del Mercado Central del Pescado de Mercabarna. A Seafood Summit asistieron unos 350 representantes internacionales (de 40 países) de la industria, la distribución y el comercio del pescado y el marisco, desde piscicultores, organizaciones conserveras y elaboradores hasta empresarios mayoristas y detallistas, distribuidores, representantes del sector de la restauración, científicos e instituciones.

El MAPA edita “Mediterra 2007. Identidad y calidad de los alimentos mediterráneos”

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en colaboración con el Centro Internacional de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos (CIHEAM), ha editado el libro “Mediterra 2007. Identidad y calidad de los alimentos mediterráneos”, un informe sobre la agricultura, la alimentación y el desarrollo rural en la cuenca del Mediterráneo. Este noveno informe, segundo publicado en español, aborda la situación y repercusiones de la seguridad alimentaria entendida en el ámbito cualitativo sobre inocuidad y calidad de los alimentos, así como cuantitativo, abordando la disponibilidad de alimentos para atender las necesidades de la población. En su análisis sobre la inocuidad y la calidad alimentaria, analiza la percepción de estos aspectos por parte de los consumidores y su papel en los mercados, así como las políticas que se aplican en esta materia, resaltando también la importancia de las denominaciones de origen como referentes de calidad y estrategia de protección frente a las deslocalizaciones. El libro dedica también varios capítulos al análisis de los sectores de la leche en España, Francia, Italia y Marruecos, abordando el posicionamiento de los actores de las cadenas de abastecimiento con respecto a sus preocupaciones sobre la identidad y la calidad de los productos lácteos en distintos contextos socioeconómicos de los países mediterráneos.



Mercabarna renueva su web



Mercabarna acaba de estrenar su nueva página web, www.mercabarna.com, un portal dirigido a profesionales del sector alimentario y, también, a ciudadanos en general, a través del cual los visitantes podrán acceder a toda la información y servicios de Mercabarna. Asimismo, se incluyen las estadísticas de productos, para consultar los tonelajes, los orígenes y los precios al por mayor de los productos comercializados en los diferentes Mercados Centrales. Los períodos de consulta de los datos pueden ser diarios, semanales, mensuales, anuales o

el intervalo temporal que desee el visitante. Los profesionales que lo deseen también, cada día, una vez terminada la venta en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas y en el Mercado Central del Pescado, pueden consultar en la web el precio (mínimo, medio y dominante) de todos los productos comercializados en Mercabarna.

Cocinar en familia mejora los hábitos alimenticios de los niños

La incorporación a las tareas culinarias hace que el 93,86% de los niños pruebe el plato preparado y supere los rechazos que presenta a determinados alimentos como el pescado y las verduras, según los resultados del Taller Infantil de Cocina Mediterránea. Del estudio, en el que han participado más de 25.000 escolares, se desprende que hay alimentos que no habían probado hasta el día del taller, como espinacas (31,99%), espárragos (22,75%), tomates (22,93), cebolla (16,33%), naranja (14,77%), aceitunas negras (21,43%), zanahoria (15,87%), piñones (26,58%), atún en conserva (22,66%) o vinagreta de frambuesa (90,89%). También se comprobó que el hecho de haber sido protagonista de la elaboración consiguió que casi el 94% de alumnos probase el plato y convertía su sabor en riquísimo o bueno para más de un 66% de ellos, a pesar de que incluía varios ingredientes habitualmente rechazados.

Juver lanza Disfruta + leche



Juver acaba de poner a la venta Disfruta + leche, que combina el primer néctar sin azúcar añadido con la leche, de manera que aún en una sola bebida las propiedades de la fruta y de los productos lácteos. Disfruta + leche, que utiliza el envase Tetra Prisma Aseptic de 330 mililitros con el sistema de apertura StreamCap o tapón de rosca, se presenta en tres variedades, Tropical, Mediterráneo y el nuevo sabor Nórdico, con frutas del bosque. Todos ellos con un 0% de materia grasa y sin azúcares añadidos, características que lo convierten en una bebida muy adecuada para dietas bajas en azúcares y en calorías.

Los consumidores españoles mantienen el optimismo

Los consumidores españoles mantienen el optimismo a pesar de la subida de los precios y los tipos de interés, según se desprende del informe "El Observatorio Cetelem 2008". Respecto a 2008 y si se analizan las intenciones de compra según la tipología de productos, el 37% de los ciudadanos españoles destinará parte de su presupuesto familiar a viajes y a tiempo de ocio, aunque si bien es cierto esto representa diez puntos menos que el año pasado. Asimismo, los muebles y electrodomésticos serán los productos que más se compren en 2008, el 22 y el 21% respectivamente de intención de compra. Sin embargo, en cuanto a la intención de adquirir una vivienda, disminuye con relación al año pasado cinco puntos y se sitúa en el 7%, un punto por encima de la media europea.

En general, Europa mira hacia 2008 con optimismo. La percepción que tienen los europeos con el futuro que les depara es buena con respecto a la media del año pasado. De hecho en esta ocasión, cuando se les pregunta a los ciudadanos por la situación actual de su país, la nota media es de 4,9 frente al 4,7 del año anterior (escala 1 al 10).

Papeles el Carmen lanza la bolsa de conservación Sacovitta

Papeles el Carmen, empresa dedicada al sector del embalaje flexible para alimentación y comercio, acaba de poner a la venta la nueva bolsa de conservación Sacovitta, un embalaje alimentario que conserva mejor y más tiempo el producto fresco, a la vez que facilita su portabilidad e incrementa la higiene desde el establecimiento al lugar de consumo. Su eficacia ha sido probada por el Centro Nacional de Tecnología Alimentaria (CNTA). Para ello, dicho centro estudió la capacidad de conservación de la bolsa Sacovitta y el papel parafinado, tomando como muestra los productos jamón dulce y queso semicurado. El resultado del estudio fue favorable a la bolsa Sacovitta, confirmando que efectivamente puede alargar la vida útil del producto más de 8 días.



ACME construye la nueva nave industrial de Kop Logistic Jardinova en Barcelona

ACME, empresa del Grupo Bouygues Construction, ha sido elegida por la empresa de manipulación y almacenamiento de frutas y verduras Kop Logistic Jardinova, S.L. para la construcción de su nueva nave frigorífica en el Polígono Industrial de Mercabarna, en Barcelona.

El nuevo edificio –que contará con la nueva unidad de manipulación, almacenamiento y distribución de frutas y verduras de la empresa española– tendrá una superficie construida de 2.400 m². La planta baja dispone de ocho muelles de carga y quince cámaras frigoríficas de una altura libre de 6 metros. La segunda planta de 864 m² está comunicada a través de tres montacargas y se destinará a oficinas y almacenaje secundario. Los 1.100 m² restantes son de urbanización

exterior (pavimentos, muelles de carga, etcétera). ACME tiene previsto entregar la obra en el mes de julio de este año.



Nueva gama de infusiones Carmencita

Carmencita, siguiendo con su actual línea de innovación, acaba de poner a la venta una nueva gama de infusiones totalmente renovada y actualizada. Además de las infusiones tradicionales, como la manzanilla, la tila o la menta poleo, Carmencita ha lanzado al mercado una nueva gama de tés, entre los que destaca el Té Blanco o el Té Chai, una delicada y aromática mezcla de té negro con especias orientales procedentes de India. La nueva gama

de infusiones Carmencita tiene un diseño que se adapta a cualquier exposición, tanto vertical como apaisada, gracias al nuevo doble facing del estuche.





Gullón amplía la gama de galletas Digestive

Galletas Gullón ha lanzado al mercado dos nuevas galletas Digestive, que se presentan en dos diferentes sabores: Digestive Muesli, con avena, pasas, albaricoque y soja caramelizada y Digestive Avena Choco. Estos productos se comercializan en formatos de de 365 g y 425 g, respectivamente.

Henkel lanza al mercado la gama Mistol con fórmula pH 5.5



La compañía Henkel acaba de poner a la venta la nueva gama de lavavajillas concentrado Mistol con fórmula pH 5.5, que respeta el equilibrio natural de la piel, pues contiene el mismo pH que la piel de las manos. El nuevo Mistol con fórmula pH 5.5 se presenta en distintas variedades: Mistol Balsam, Mistol Excellent y Mistol Higiene Total.

El 14% de la población andaluza consume productos ecológicos

Un estudio elaborado por la Junta de Andalucía ha demostrado que el 14% de la población andaluza ha adquirido algún producto ecológico en el último año, la mayoría de ellos (47%) en hipermercados. A las grandes superficies le siguen, como principales canales de compra de productos ecológicos, las tiendas especializadas (31%) y, por último, se encuentran las cooperativas de consumidores de productos ecológicos, cuya ventaja más destacada es el precio más reducido. La salud (43%) y el carácter natural (37%) son los principales motivos que alegan los compradores de productos ecológicos de forma espontánea.



Productos del Año 2008

Los Productos del Año 2008 se hicieron públicos en una gala celebrada en Barcelona el pasado mes de enero. Los ganadores son productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2006 y el 30 de septiembre de 2007 y se caracterizan por ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones. Los 151 productos participantes en esta edición fueron agrupados en 49 categorías, tales como: refrescos, chocolates, quesos, cárnicos, congelados, pan, leches, cosmética masculina, higiene personal, depilación, anticelulíticos, cuidado facial, cuidado capilar, productos de afeitado, detergentes, ambientadores, suavizantes, insecticidas, etc.

A través de una encuesta realizada por TNS, multinacional líder en investigación de mercados en España, a 7.000 hogares representativos de la población española durante octubre de 2007, 9.523 individuos de entre 15 y 65 años han escogido el producto más innovador en cada una de las categorías. Los 49 Productos del Año 2008 durante 12 meses lucirán el logotipo rojo que los acredita como tales y, además, podrán participar en la promoción exclusiva Alcampo y la Innovación con Los Productos del Año, que tendrá lugar entre el 21 de abril y el 1 de mayo.

Horeq 07 recibe a más de 17.000 profesionales

El Salón del Equipamiento para Hostelería, HOREQ 07, que tuvo lugar del 24 al 27 de noviembre de 2007 en Madrid, cerró su cuarta edición con un notable éxito de participación, con un total de 17.144 visitantes profesionales, 340 expositores y 840 empresas representadas en un espacio de 17.600 metros cuadrados. En cuanto a la procedencia nacional, hubo visitantes de toda España, el 53% de fuera de Madrid.

Un aceite de la DOP La Rioja obtiene el Premio "Románico Esencia"

El aceite Lectus, del Grupo Alimentario Kel, y amparado por la DOP Aceite de La Rioja, ha obtenido el premio "Románico Esencia", concedido por la cooperativa Agrolés, de Lleida, al mejor aceite de oliva virgen extra elaborado con aceitunas de la variedad arbequina. En segundo lugar se clasificó la cooperativa Cabacés del Priorat, y en tercero, el aceite de la cooperativa de Mont Roig, de esta misma zona de Tarragona.



Ulric de Varens propone Love Story y Varens Uno para San Valentín

Ulric de Varens acaba de proponer sus fragancias Love Story y Varens Uno para el día de San Valentín. Love Story es un perfume de mujer que expresa la más exquisita feminidad, vital y sensual. La fragancia se inicia con unas notas tónicas de limón y mandarina que aportan un halo de frescor, fundido suavemente con la pulpa del melocotón. Por su parte, Varens Uno es una colonia pensada para los hombres modernos y seductores. Descubre en la salida una mezcla rica de cítricos: bergamota, pomelo, mandarina y limón verde.

Eatin' Out pone de manifiesto el interés de la industria alimentaria en el canal Horeca

La primera edición de la convención internacional Eatin' Out, que fue clausurada el pasado 27 de noviembre de 2007 en el recinto ferial Ifema de Madrid, puso de manifiesto el interés de la industria alimentaria en adaptarse al canal de la hostelería, restauración y catering (Horeca). Durante la celebración de este evento se debatió sobre el cambio de hábitos de consumo de los españoles, que cada vez destinan un porcentaje más alto del gasto a comer fuera del hogar, y de cómo la industria alimentaria puede dar respuesta a las necesidades de este sector. Asimismo, durante Eatin' Out, la Restauración Moderna (Fehrcarem) y la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) firmaron un convenio mediante el cual realizarán esfuerzos comunes para mejorar la relación entre hostelería e industria en materia de aprovisionamiento, procesos de conservación de los productos y formatos, entre otros.



Salimat celebrará su próxima edición del 11 al 15 de junio de 2008

La próxima edición del Salón de Alimentación del Atlántico, Salimat 2008, tendrá lugar del 11 al 15 de junio en el recinto Feira Internacional de Galicia. Esta nueva convocatoria se centrará en la potenciación del sector alimentario y tecnolimentario desde todos los ángulos, haciendo especial hincapié en la generación de negocio y los productos de calidad, así como en la proyección de la imagen de marca. Salimat 2008, que se celebrará de forma paralela a la XXXI FERIA Internacional Semana Verde de Galicia, concederá especial protagonismo a los cárnicos, lácteos, vinos, aceites, panificación, conservas, productos con denominación de origen y ecológicos. También tendrá un lugar destacado dentro del salón la maquinaria para la industria cárnica y panificación, equipos para la industria láctea y vinícola, envasado, embalaje, etiquetaje, pesaje y conservación.

Hipercor venderá en sus centros comerciales la marca Coosur Origen

Aceites Coosur, S.L., empresa adscrita a la Denominación de Origen Campiñas de Jaén, ha llegado a un acuerdo comercial con Hipercor, a través del cual la firma aceitera venderá su aceite de oliva virgen extra bajo la marca Coosur Origen en todos los centros comerciales Hipercor de España. Coosur Origen es un aceite de gran personalidad, aromático, con olor a hierba recién cortada, hoja verde, tomate y manzana verde, afrutado, con un ligero toque amargo y algo de picor. Destaca por su alto contenido en polifenoles y por su riqueza en ácido oleico y en vitaminas

