

[NUEVAS TECNOLOGÍAS]

¿Entendemos las etiquetas?

La Fundación Alimentum (antes Fundación IAB) ha desarrollado, en colaboración con la empresa consultora Match Mind, un simulador en un entorno real con el objetivo de que el consumidor obtenga una información clara y completa del etiquetado de productos alimentarios.

La aplicación se divide en cuatro secciones claramente diferenciadas: Introducción, Etiquetado General, Etiquetado Nutricional y Test. La sección 'Etiquetado General' se estructura en torno a otros tres apartados: descripción detallada, código de barras e iconos en el etiquetado.

La sección de 'Test' es la más práctica de todas. El usuario se encuentra en un supermercado donde puede elegir entre los diferentes productos que se le ofertan. Una vez seleccionado un producto, se le hacen preguntas sobre el mismo y puede

ir comprobando si ha comprendido la parte teórica.

Todos los usuarios que lo deseen pueden acceder gratuitamente a esta aplicación que está alojada en el portal www.informacionconsumidor.com (sección Información Nutricional).

Esta iniciativa ha sido posible gracias a la colaboración del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM).

Más Información:

Tel. 91 745 37 80
www.fundacionalimentum.org

[HERRAMIENTAS INFORMATICAS]

Nuevos aires para www.sigfito.es



Con la "nueva" web se ha logrado mayor rapidez tanto en la carga de la página como en la navegación. La web tiene cuatro secciones: SIGFITO, Envases, Recogida de envases y Comunicación. Las distintas secciones están organizadas en función de los diferentes usuarios

que entran normalmente en la web: Empresas Adheridas, agricultores, puntos de recogida SIGFITO, Comunidades Autónomas y otros distintos agentes implicados en el Sistema.

Más Información:

Tel: 91 716 11 30
www.sigfito.es

[MERCADO]

Anecoop amplia sus fronteras

La empresa Anecoop, cooperativa para la comercialización de productos hortofrutícolas de España y una de las principales de Europa, refuerza su presencia en la República Checa con una campaña de promoción del consumo de kaki. La compañía ha renovado sus instalaciones en Praga e incrementa un 19% su facturación en la última campaña.

Con el objetivo de promocionar el consumo diario de frutas y verduras en la capital checa y fomentar el consumo del kaki, que tiene gran popularidad y grandes perspectivas en el mercado checo, Anecoop ha invertido 65.000 euros en una campaña publicitaria, a través de un tranvía que circulará durante un año por el centro de Praga anunciando

la marca Bouquet, con degustaciones de fruta para los pasajeros.

La filial checa de Anecoop ha incrementado su facturación un 19% en la campaña 2007-2008 respecto a la campaña anterior, con un volumen de ventas de 18 millones de euros, comercializándose más de 25.000 toneladas de frutas y hortalizas. Además gracias



a una inversión de 200.000 euros permitirá mejorar el desarrollo comercial acondicionando sus instalaciones en la capital checa.

Con la renovación actual, el almacén, que funciona desde diciembre de 2006, ya cuenta con dos nuevas cámaras frigoríficas, y nueva maquinaria de empaquetado, lo que garantiza el su-

ministro en un plazo de 12 horas máximo a las principales cadenas checas de supermercados, el 80% de sus clientes.

El director de Anecoop Praga, Ferrán Cabrera, ha destacado el fuerte incremento en el volumen de comercialización de los productos hortofrutícolas españoles en esta zona comercial, que comprende la República Checa, Eslovaquia, Hungría, Eslovenia, Croacia, Serbia y Bosnia, y ha anunciado: "Anecoop prevé mantener esta tendencia alcista en Europa del Este, alcanzando en un plazo de cinco años la comercialización de 100.000 toneladas en frutas y hortalizas, gracias a la actividad conjunta de las plataformas comerciales que la empresa posee en Praga, Rusia y en Polonia".

Más Información:

Tel.: 96 393 85 00
www.anecoop.com