

la VOZ artesana



nº10 Febrero 2009

Una nueva marca para "vender" Castilla y León

Llega marzo, el mes de las grandes citas feriales y hay que estar preparado. Alimentaria. Gourmet.

La hostelería de Segovia se moviliza por la cocina de la tierra

El Artesano del mes: Queso en la Armuña

Boletín informativo de los artesanos de Castilla y León

Edita: Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León - c/ Rondas, 38 47194 Fuensaldaña, Valladolid
Redacción y Maquetación: Miguel Castañeda, Gemma de la Rosa - Imagen y fotografía: Gemma de la Rosa, Miguel Castañeda y archivo artesanos
Contacto dirección: artacyl@terra.es / redacción: soporte@pentarea.com

La Asociación de Artesanos colabora con la Red de Turismo de la Montaña Palentina

Difundimos a continuación EL MENSAJE que nos hacen llegar desde la comarca del Norte de Palencia y la Red de Turismo de la Montaña Palentina. Desde la Asociación, no podemos por menos que hacernos eco y apoyar iniciativas como esta que tratan de poner en valor lo bueno que hay en esta región que habitamos.

La citada Red de Turismo de la Montaña Palentina quiere descubrir, dar a conocer esta zona al borde de la Cordillera Cantábrica, promover este Parque Natural y sus 78.000 hectáreas como destino turístico de naturaleza virgen dentro y fuera de Castilla y León. Osos, urogallos, hayedos centenarios o robledales, rocas, montañas y picos, románico en estado puro y los vestigios de épocas pasadas que dejan su legado en casas solariegas, escudos y demás arquitectura civil esperan al visitante que decida adentrarse en esta joya auténtica de la naturaleza en estado auténticamente puro.



Se han desarrollado y preparado 25 rutas convenientemente interpretadas por toda la Montaña Palentina recogiendo todo aquello que resulte fundamental para una completa visita turística, incluyendo alojamientos y restauradores. Estas rutas se pueden consultar contactando con www.valrural.com. También se recibe un excelente

asesoramiento en la Casa del Parque ubicada en Cervera de Pisuerga, consulta imprescindible para un aprovechamiento completo de cualquier visita.

Quieren animar al viajero a venir a la Montaña Palentina como un capítulo necesario de su existencia, una experiencia que nadie debe perderse.

Recetas en su punto

Dentro del acuerdo publicitario realizado con Punto Radio para el año 2009 veremos la imagen de los productos artesanos asociada a la cocina de todos los días, gracias al recetario que la cadena de radio edita con motivo de Alimentaria 09 y el salón del Gourmet.

Se trata de un recorrido por recetas originales, por la cocina de temporada adaptada a los hogares actuales y a todas las habilidades culinarias.

El encargado de dar forma a los platos ha sido el chef Gabriel García Palomo quien en 28 páginas se las ha ingeniado para sorprendernos e incentivar a probar nuevos usos, sabores y técnicas con los productos tradicionales de Castilla y León, eso si siempre aptos y listos para poder ser preparados en casa. 16 recetas con productos de calidad de castilla

y León que se distribuirán a razón de 2.000 ejemplares entre los visitantes a la feria Alimentaria y otros 2.000 en el salón Gourmet 09.



Agenda Marzo

III Feria del Olivar Transfronterizo
Vilvestre
Febrero/Marzo
Ayto. de Vilvestre

Feria de Botijeros
Ciudad Rodrigo
14 de Marzo
Ayto de Ciudad Rodrigo

Alimentaria Castilla y León
XII Salón de la Alimentación
Valladolid
Institución Ferial de Castilla y León
15/03/2009 - 18/03/2009

XXIII Salón Internacional del Club de Gourmets
Pabellones 4, 12 y 14 de IFEMA Feria de Madrid
30/03/2009 – 2/04/2009

Cerrado el acuerdo con Carrefour para ampliar sus referencias

En el continuo desarrollo y expansión que se lleva a cabo desde la Plataforma de Distribución se ha conseguido cerrar el acuerdo con los Centros Comerciales Carrefour, como ya dábamos cuenta en anteriores números de la revista, por el que van a incrementarse el número de referencias que aparecerán en los lineales de sus centros hasta completar la totalidad de productos asociados a la propia Plataforma, incluidos los que entrarán en la próxima ampliación.

Varias reuniones con los dirigentes del centro comercial, incluida una última visita a las instalaciones de la Asociación, consiguieron llevar a buen puerto las negociaciones.

Con la rúbrica de la "planilla" se va a poder comprobar el funcionamiento y rotación de cada producto y su comportamiento de cara al público. Así, aquellos productos que obtengan altas rotaciones dentro del lineal permanecerán dentro de las futuras "planillas" de pedidos del centro comercial. Los productos cuya rotación no sea valorada como suficiente saldrán de los lineales pero servirá para detectar qué marcas y productos precisan alguna revisión en alguno de los elementos del marketing, de su envase, de su tamaño, de su precio, de su presentación...

Para apoyar el desarrollo y la presencia de los productos artesanos y diferenciarnos del resto de productos en el acuerdo con los Centros



Comerciales se ha previsto la cesión de dos lineales completos, uno de producto seco y otro de producto refrigerado. Estos lineales completos aparecerán rotulados e identificados con la imagen de los Alimentos Artesanos de Castilla y León y la nueva marca de "tierra de sabor", no sólo para una mejor identificación y reconocimiento de producto, sino para incrementar la penetración de la imagen de marca de los Artesanos en la sociedad de Castilla y León, asunto este último que se ha marcado como elemento estratégico dentro del plan de acciones a desarrollar en el 2009 y que se traducirá en un cambio en la imagen de la asociación, una nueva página web, de las que ya hemos hablado aquí, o el incremento de

acciones de comunicación y relaciones públicas en medios, que consigan posicionar la marca Artesanos entre el público.

La plasmación de estos acuerdos se va a traducir en acciones inmediatas entre ellas, el inicio de la venta de los productos en los lineales.

Sin embargo y a pesar de la buena noticia que este acuerdo supone para la Asociación, queremos que tan sólo sea un primer paso dentro de la promoción y expansión que debe producirse en la comercialización de los productos a lo largo del 2009.

Estamos seguros de que nuevos acuerdos y convenios sucederán próximamente al que presentamos, de hecho se está trabajando desde hace semanas en que así sea.



Gran Canaria acogerá los próximos World Cheese Awards

Canarias acogerá en este año la XXI edición de los World Cheese Awards, el certamen de quesos más importante del mundo. La muestra, que cuenta con un presupuesto de 700.000 euros, supondrá convertir a las islas en la sede del más destacado escaparate para distribuidores de productos lácteos y delicatessen, con amplio seguimiento de la prensa internacional especializada. Será la segunda edición en que este certamen se celebra fuera del Reino Unido. En esta edición, además se espera contar con al menos 4.000 quesos procedentes de todo el mundo.

El programa previsto, que se celebrará en Maspalomas, en la Isla de Gran Canaria, engloba tres eventos: Una Cata Mundial World Cheese Awards 2009, galardones muy cotizados y reconocidos internacionalmente por el sector de la distribución y la comercialización. Para participar de este evento se desplazarán 140 catadores procedentes de países como Estados Unidos, Argentina, Sudáfrica, Australia, Nueva Zelanda, Grecia, Ita-

lia, Austria, Francia, Suiza, Alemania, Dinamarca, Holanda, Irlanda, Portugal y España quienes se encargarán de probar y valorar más de 2000 muestras de quesos.

Además se celebrará una Exposición Internacional de Quesos, con un carácter eminentemente profesional y



comercial, aunque de la que también podrá disfrutar el público en general. Por último el Congreso Mundial de Quesos cerrará las actividades previstas. Esta muestra está organizada por la International Food Exhibition y

girará en torno a la organización de los productores a través de las Denominaciones de Origen, y el papel de estos organismos en la promoción y comercialización del queso. Se analizarán las tendencias del mercado, la comercialización y el marketing, así como las nuevas tecnologías de fabricación y elaboración.

El World Cheese Awards es una oportunidad única de promoción de nuestros quesos dentro y fuera de nuestras fronteras. Esta relevancia unida a unos costes ajustados añade si cabe más interés al certamen por lo que desde la Asociación animamos a participar y a dar a conocer los magníficos productos queseros que se elaboran. No en vano dos quesos Artesanos obtuvieron sendas medallas en la pasada edición.

Las fechas de celebración serán entre el 30 de septiembre y el 4 de octubre de 2009.

Existe información al respecto en la sede de la Asociación, documentación que se puede solicitar dirigiéndose a la misma.

Expertos en marketing agroalimentario analizarán en marzo en Valladolid 'Nuevas estrategias de actuación en el mercado'

EUROPA PRESS

Seis expertos mundiales analizarán a lo largo de los días 16, 17 y 18 de marzo en la Feria de Valladolid las 'Nuevas estrategias de actuación en el mercado' dentro de las actividades del Foro del Marketing Agroalimentario organizado por la Consejería de Agricultura y Ganadería.

Se trata de especialistas en marketing, innovación, estrategia de marca, distribución, análisis de ventas y los casos concretos de marcas como Wal-Mart y Tesco, según informaron a Europa Press fuentes del Gobierno regional.

Don Peppers, creador del concepto "marketing one to one", pronunciará la primera ponencia en la que hablará sobre 'El poder de una estrategia enfocada en el cliente a la hora de innovar'. En esa misma jornada del 16

intervendrá también William Ury, especialista en gestión y resolución de conflictos, con 'Estrategias ganadoras: cómo aprovechar el poder del no para alcanzar el sí'.

El programa del 17 de marzo se iniciará con la intervención de Paco Underhill sobre 'El nuevo comportamiento del consumidor: por qué compra y cómo hacer que compre más', mientras que Peter Sealey hablará sobre 'Estrategias para construir marcas fuertes'.

El Foro de Marketing Agroalimentario concluirá con el análisis de dos casos concretos: Wal-Mart y Tesco, presentados por Michael Bergdahl que analizará en su conferencia "Cómo hacer crecer su negocio a la manera de Sam Walton y Wal-Mart". Finalmente, David Reid, presidente

no ejecutivo de Tesco, director de Reed Elsevier Group y presidente de Kwik-Fit Group disertará sobre "Estrategias de retail" a partir de la experiencia Tesco respecto a cuestiones como "acceder a todos los segmentos del mercado, cómo expandirse sin perder la esencia del grupo o cómo proveer a los clientes una experiencia satisfactoria al comprar".

La Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León organiza este Foro de Marketing con el objetivo de ofrecer a los participantes opiniones de expertos de gran prestigio que les permitan orientar sus estrategias de actuación en el momento que atraviesa el mercado, así como la posibilidad de contactar con profesionales de distinto perfil y procedencia.

Agradecimientos desde Afganistán



Desde lugares tan alejados, al menos geográficamente a nosotros como el destacamento de la FSB de Herat en Afganistán nos llega una carta de agradecimiento del Coronel Rafael Sanchez Ortega. El motivo, los productos donados meses atrás por la Asociación para que los soldados del destacamento celebraran la Navidad recordando su tierra.

Desde el primer instante tomamos con mucha ilusión la iniciativa del soldado Jesús Ignacio San José de organizar en el destacamento una cena de Navidad con productos y vinos de Castilla y León y hacer sentir a la gente el sabor de casa. Iniciativa que hemos seguido paso a paso en los sucesivos números de esta misma publicación.

Ahora esta ilusión y la colaboración que desinteresadamente aportamos se ve recompensada con el agradecimiento de las altas autoridades del ejército español desplazado en Afganistán, a través de esta carta que reproducimos aquí para que esa gratitud se haga extensiva a todos y cada uno de los miembros de la Asociación.

Sin duda uno de esos motivos que reconfortan.

Artesanos en la nueva era de televisión digital

El próximo 9 de marzo comienzan sus emisiones los dos canales de televisión digital terrestre en Castilla y León: el 7CyL y el 8CyL. El primero dedicado íntegramente a programación autonómica y el segundo adaptado a desconexiones locales para cada centro emisor en Castilla y León.

Hay que recordar que en los próximos meses se irán produciendo "apagones" en la televisión analógica de las poblaciones de la Comunidad, por lo que tendremos que ver necesariamente Televisión digital. Pues los productos Artesanos estarán presentes en esas pantallas digi-

tales desde el primer instante a través de una serie de reportajes que se están elaborando estos días. Estos reportajes comenzarán a emitirse dentro del programa del 7CyL "Engancha2". En cada uno de ellos se visita y se conoce a uno de los artesanos elaboradores y sus productos. De la mano de José Ramón Muñoz recorreremos sendas, caminos y carreteras para tratar de llenar nuestra mochila con lo mejor de la despensa castellana. 15 serán los capítulos que se rodarán en esta nueva temporada que vienen a unirse a los cerca de cincuenta que se han editado hasta la fecha.



Alimentaria 2009: se abre el escaparate para los artesanos



**XII SALÓN DE LA
ALIMENTACIÓN**

VALLADOLID
15-18 marzo 2009
March 15-18, 2009



Stand 432, Pabellón 4, Interdist, Salón de los productos de gran consumo y su distribución. Ese será el lugar en el que estarán representados los artesanos alimentarios castellanos y leoneses en la edición de la Feria Alimentaria de 2009. Y es que el certamen abrirá sus puertas el próximo día 15 en el recinto ferial vallisoletano con la participación de la Asociación de Artesanos Alimentarios, que contará con un stand institucional, y de 16 empresas asociadas que dispondrán de espacio propio junto a éste.

Una presencia que, una vez más, será muy útil para los artesanos, "ya que nos permitirá abrirnos a más posibles compradores y será el escaparate perfecto para darnos a conocer como marca de calidad", como reconoció el gerente de la Asociación, Gerardo Merino. Una participación que se hace posible una vez más gracias a la colaboración con la Junta de Castilla y León a través de Itacyl, el Instituto tecnológico agrario. De periodicidad bienal, durante tres días la feria recibirá más de 40.000 visitantes -según las previsiones de los organizadores-, y entre ellos visitantes internacionales procedentes de 18 países, compradores que -según los datos de la última edición -2007-, visitaron a la mitad de los expositores con una media de 8 contactos por expositor. También visitarán la feria los representantes nacionales de las principales cadenas de alimentación y representantes de asociaciones de empresarios hosteleros y restauradores.

FECHA: 15 al 18 de marzo de 2009

HORARIO: 10 a 19 horas

EDICIÓN: Duodécima

PERIODICIDAD: Bienal

RECINTO: Feria de Valladolid

Avda. Ramón Pradera s/n

47009 - Valladolid

EXPOSITORES: 1.232 (ed. 2007)

SUPERFICIE EXPOSICIÓN: 30.000m² (ed. 2007)



Carlos Escudero, Director General de Feria de Valladolid

“¿Celebrar un certamen más pequeño que Alimentaria dedicado a los alimentos artesanos? Nosotros tomamos en consideración todas las opciones que se plantean y estamos abiertos a dialogar con todas aquellas personas e instituciones que deseen llevar a cabo un proyecto”

La Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León participará una vez más en la Feria Alimentaria, ya que esta supone un escaparate perfecto para mostrar su marca de productos de calidad. La feria ofrece mucho a los artesanos, y nos gustaría saber qué aportan los artesanos a esta feria.

Con la presencia de este colectivo la feria ofrece una visión más completa de la realidad del sector, en definitiva, se enriquecen los contenidos de un salón que ha de ser una plataforma para la promoción de las industrias agroalimentarias. Los órganos rectores de la Feria de Valladolid inciden en el carácter de servicio público que debe prestar esta institución al tejido productivo de la región, con especial atención a las pymes. Para nosotros es importante que esta Asociación participe en Alimentaria Castilla y León porque son fundamentales en el conjunto de la agroalimentación.

A menos de un mes para el comienzo del certamen, ¿podemos conocer ya una cifra cerrada de expositores para esta edición?

Serán 1.150 expositores los que participen en los diferentes sectores que conforman el certamen: vinos, cárnicos, lácteos, tecnología para la industria y distribución. Además, en esta edición hemos apostado por potenciar las campañas de compradores nacionales e internacionales, realizadas desde la propia Feria y desde ADE Internacional Excal, que se ha centrado en los mercados exteriores. Las ferias profesionales son un lugar para el intercambio de información, para observar y aprender, y la celebración del Foro de Marketing Agroalimentario que organiza la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León es un gran aliciente para participar. Seis de los mejores expertos mundiales hablarán sobre marketing, innovación, estrategia de marca, distribución, análisis de ventas y casos concretos de éxito.

Es la primera edición que se celebra desde que existe la línea AVE entre Madrid y Valladolid, lo que supongo será de gran importancia para conseguir mayor número de expositores y también de visitantes.

Como hemos comprobado en otras ferias, el AVE ha modificado algunos hábitos pero, fundamentalmente es una herramienta que acerca

Valladolid no sólo a Madrid sino también al sur y levante peninsular y al aeropuerto internacional de Barajas. Y los profesionales

que utilicen el tren como medio de transporte para acudir a Alimentaria Castilla y León, ya sean expositores o visitantes, disponen de descuentos del 30 por ciento gracias al acuerdo de colaboración que mantenemos con Renfe.

Podemos decir que nuestra región es la despensa de España, por la cantidad de productos que se generan aquí, por eso es importante contar en Valladolid con un escaparate para la alimentación en general. No sé si el futuro pasa por crear nuevos certámenes más especializados, también en este ámbito de la alimentación.

La riqueza agroalimentaria es innegable y la Feria sirve para atraer la atención hacia un segmento importante, como ocurre por ejemplo con Intur y el turismo de interior. La estructura actual de Alimentaria, con la división de la oferta en salones monográficos, da respuesta a esa demanda de especialización puesto que permite trabajar de manera ordenada; además el tamaño del salón es idóneo para incluir la amplia gama que actualmente se presenta.

¿Sería viable una feria de productos artesanos, quizá de menor duración y menor formato?

Por principio, tomamos en consideración todas las opciones que se plantean y estamos abiertos a dialogar con todas aquellas personas e instituciones que deseen llevar a cabo un proyecto, y a partir de ahí evaluar las posibilidades de esa iniciativa.

Es su primera Alimentaria como Director general de la Feria de Valladolid. ¿Qué espera de esta edición, la duodécima ya?

Espero que expositores y visitantes alcancen los objetivos que se han fijado a la hora de decidir su participación, que el Centro de Negocios, las catas, las conferencias técnicas, las presentaciones de novedades y todas las actividades que se han organizado sirvan a ese objetivo general: servir al sector agroalimentario que se da cita en Alimentaria Castilla y León.





Segovia: tributo a la artesanía alimentaria

Los alimentos de Castilla y León serán los protagonistas de la Feria de Alimentos que se celebrará la semana del 22 al 26 de abril en Segovia. Organizada por la Agrupación Industrial de Hosteleros esta feria vivirá su primera edición de forma paralela a la celebración de la XVII Semana de Cocina Segoviana, con la que compartirá espacio. Así, en la carpa de 1.300 metros que se instalará en el Paseo del Salón los cocineros de los 28 restaurantes participantes en la semana gastronómica elaborarán en directo platos y demostraciones culinarias a partir de alimentos artesanos de Castilla y León y procedentes de cultivos y explotaciones ecológicas.

Todas las catas y talleres que se celebren durante la semana del 20 al 26 de abril se harán sobre alimentos y bebidas de la región, por lo que los visitantes podrán degustar quesos, vinos, embutidos, carnes, lácteos... bien en catas específicas o en las elaboraciones de platos en directo por 6 cocineros segovianos cada día. Dos de los actos más esperados serán los dos talleres, uno infantil impartido por el campeón de Europa de

pizzas, Lorenzo Herrero, y otro de pastelería a cargo de la Asociación de Pasteleros de Segovia.

La Feria de Alimentos de Castilla y León tendrá además un carácter solidario, ya que durante su celebración se recogerán alimentos no perecederos que serán donados al Banco de Alimentos de Segovia.

La Consejera de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León, Silvia Clemente, será la encargada de inaugurar de forma oficial la Feria de Alimentos, aunque aún no está cerrada la fecha. Sí ha confirmado ya su participación en el acto de apertura de la semana gastronómica el cocinero catalán Joan Roca, del restaurante gerundense El Celler de Can Roca.

“Lo nuestro es la cocina tradicional y por eso utilizamos alimentos de Castilla y León”

“Los alimentos artesanos suponen un plus de calidad en las cocinas de los establecimientos segovianos, sin duda”. Lo reconoce el Gerente de la Agrupación Industrial de Hosteleros, Javier García Crespo,

aunque apunta también las limitaciones con las que se encuentran en cuanto a diversidad de productos. *“Casi todos son elaborados, como lácteos, embutidos, pastelerías...por lo que hay que trabajar también con otras materias primas como la carne, las verduras frescas...”*, añade.

Convencido de que esta Feria que celebra su debut este año tiene que tener repercusión a nivel nacional, explica que será *“un escaparate de Segovia y de los productos de Castilla y León”*, y espera que la situación privilegiada de la ciudad del acueducto y su comunicación con Valladolid y Madrid vía AVE juegue a su favor. A favor de la calidad en las materias primas -los alimentos artesanos y los de producción ecológica- y a favor del nivel de los cocineros segovianos que también llevarán el arte a los platos.



Javier García Crespo, Gerente de la Agrupación Industrial de Hosteleros

PROGRAMA DE LA XVII SEMANA DE COCINA SEGOVIANA

JUEVES 16

20:00 h Acto de inauguración de la XVII Semana de Cocina Segoviana en el Aula Magna del I.E. Universidad. Imprescindible invitación.

LUNES 20

11:30 h Taller de cocina para niños oficiado por D. Lorenzo Herrero campeón de Europa de pizzas.

MARTES DIA 21

Día de la Provincia

ACTOS EN EL RECINTO FERIAL DEL PASEO DEL SALÓN

MIÉRCOLES 22

INAUGURACIÓN DE LA FERIA DE ALIMENTOS DE CASTILLA Y LEÓN EN EL PASEO DEL SALÓN.

Los restaurantes participantes elaborarán en directo unas viandas con alimentos de Castilla y León para su posterior degustación.

JUEVES 23

Durante todo el día se elaborará en el Paseo del Salón (por el Rte. El Portón de Javier) una canal de ternera asada “al espeto” que podrá ser degustada por alrededor de 2.000 personas esa misma tarde.

12:00 h: Cata de quesos oficiada por expertos.

12:00 h: Los restaurantes participantes elaborarán en directo unas viandas con alimentos de Castilla y León para su posterior degustación.

17:30 h: V Concurso de tirada de cerveza y degustación.

VIERNES 24

10:00 h: Dará comienzo el IX Concurso Nacional de Jóvenes Cocineros “Ciudad de Segovia” que se desarrollará durante todo el día

11:00 h: Cata de café.

17:00 h: Cata de Whisky.

20:00 h: Entrega de premios del IX Concurso Nacional de Jóvenes Cocineros

SABADO 25

11:00 h: Taller de pastelería

12:00 h: Los restaurantes participantes elaborarán en directo unas viandas con alimentos de Castilla y León para su posterior degustación.

17:30 h: X Concurso de corte de jamón y degustación.

18:30 h: Los restaurantes participantes elaborarán en directo unas viandas con alimentos de Castilla y León para su posterior degustación.

DOMINGO 26

12:00 h: Cata de Vinos

12:00 h: Los restaurantes participantes elaborarán en directo unas viandas con alimentos de Castilla y León para su posterior degustación

18:00 h: Entrega de premios del Concurso infantil de Dibujo.

18:00 h: Los restaurantes participantes elaborarán en directo unas viandas con alimentos de Castilla y León para su posterior degustación

21:00 h: Cena de Clausura y homenaje a Empresarios Hosteleros.

Durante la Feria de Alimentos, se procederá a la recogida de Alimentos No Perecederos, que se entregarán a la ONG Banco de Alimentos de Segovia

Durante todos los días, exposición de las obras presentadas al Concurso Infantil de Dibujo relacionado con la Gastronomía Segoviana.

Los productos artesanos de Castilla y León, de nuevo en el Salón de Gourmets de Madrid

Está considerado el evento de referencia en el sector de la gastronomía de calidad en Europa, no en vano en la pasada edición, celebrada en 2008, recibió más de 70.000 visitantes, todos profesionales, y dio cobijo a 45.000 productos. Y la Asociación de Artesanos alimentarios estará allí como expositora, en el stand 12C27 del pabellón 12 de IFEMA.

Tras la clausura de la Feria Alimentaria de Valladolid abrirá sus puertas del 30 de marzo al 1 de abril el otro gran certamen del mes, el Salón Internacional de Gourmets que en su vigésimo tercera edición se celebrará por vez primera en IFEMA. Los pabellones 4,12 y 14 del recinto madrileño acogerán a los más de 1.200 expositores que se darán cita en este certamen, que, una vez más, contará con un completo programa de actividades paralelas (www.gourmets.net).

“Los artesanos son una pieza clave en el Salón de Gourmets, enriquecen la oferta que se presenta a los visitantes”

Fernando Balmaseda, Director del Salón de Gourmets

El certamen que usted dirige es el referente en cuanto a ferias y salones de alimentación de calidad. Más de 70.000 visitantes en la edición de 2008 lo acreditan.

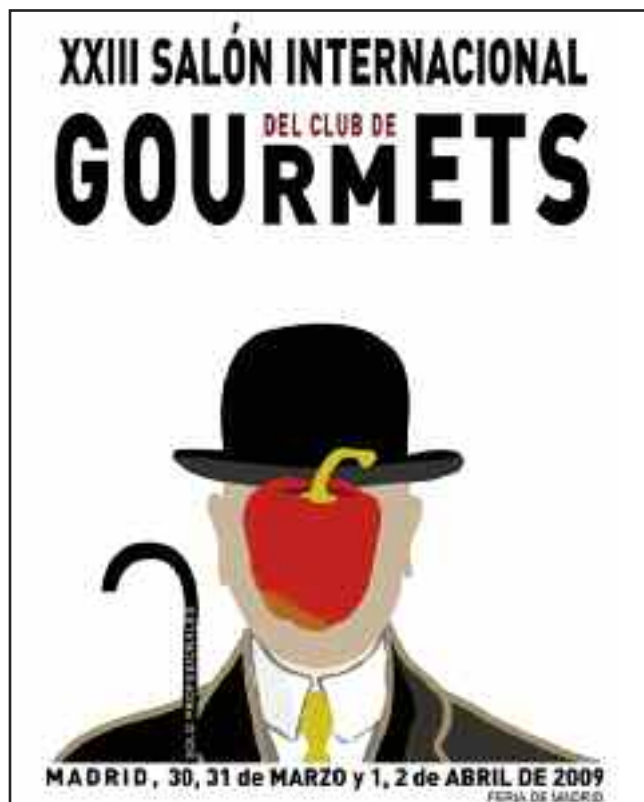
Sí, así es, el Salón se está configurando como la feria del producto de alimentación y bebidas de calidad más importante del mundo. Hay otras ferias de alimentación y bebidas mucho más grandes, pero en ninguna de ellas el único criterio de valoración a la hora de aceptar la exposición de un producto es la calidad del mismo.

¿Empezamos a valorar los productos de calidad o la gran masa de consumidores sigue primando aspectos como el precio?

Desde mi punto de vista, el precio siempre será un aspecto importante a la hora de seleccionar la compra de un producto, sin embargo la calidad se está empezando a convertir en un aspecto definitivo. Además aunque suele tener alguna relación, pero no siempre el producto más caro es el de mejor calidad.

Celebran esta feria por primera vez en Ifema ¿qué expectativas contemplan para esta edición con el cambio de ubicación?

Si, por primera vez el Salón Internacional del Club de Gourmets va a celebrarse en el recinto ferial de IFEMA, que es uno de los mejores recintos feriales de Europa. Es muy práctico, cómodo y funcional. A pesar de la actual situación económica, en estos momentos podemos asegurar que la superficie de exposición va a incrementarse aproximadamente un



30%, con relación a la última edición celebrada en la Casa de Campo, con lo que podemos asegurar que la feria va a ser todo un éxito, pues estamos hablando de un Salón estrictamente profesional y cuando esto es así, son básicamente los propios expositores los que convocan a los principales visitantes profesionales

El Salón supone para los Artesanos de Castilla y León un escaparate excelente para mostrar su calidad ¿qué aportan los artesanos a esta feria?

Los artesanos son una pieza clave en el Salón de Gourmets, aportando gran calidad y diversidad a la exposición de productos, enriqueciendo de esta forma la oferta que el Salón presenta a sus visitantes.

¿En qué espejo se mira el Salón del Club de Gourmets?

Honradamente no tenemos un referente que nos marque unas pautas que debamos seguir y eso no quiere decir que no veamos qué es lo que se cuece por ahí, prácticamente conocemos todas las manifestaciones feriales de cierta envergadura que tienen lugar en el mundo. De todas las ferias que vemos siempre aprendemos algo y siempre sacamos alguna conclusión y por supuesto de todo aquello que nos dicen nuestros expositores y nuestros visitantes.



Castilla y León, tierras de sabor

La Junta de Castilla y León a través de la Consejería de Agricultura y Ganadería y en el marco del I Plan de Promoción y Comercialización del Sector Agroalimentario de Castilla y León, ha definido la nueva marca que permitirá proyectar una imagen homogénea del sector agroalimentario regional ofreciendo un elemento de imagen común que favorezca la implantación de nuestros productos en los diferentes canales de distribución nacionales e internacionales.

Para el diseño de esta marca y de la campaña de publicidad de la misma se convocó el 11 de agosto

de 2008 un concurso al que se invitó a las agencias de publicidad más importantes de España. La adjudicación de este concurso se produjo el 14 de octubre de 2008 siendo seleccionada la agencia de publicidad "Sra. Rushmore".

Esta nueva marca nace, además, con el objetivo de impulsar la notoriedad y prestigio de nuestros productos agroalimentarios y como garantía para clientes y consumidores de la identificación del origen, calidad y autenticidad de los productos agroalimentarios de nuestra Comunidad Autónoma.



El director de Comunicación de la Junta, Angel Losada, el Secretario General de la Consejería de la Presidencia, Santos Villanueva, y la Consejera de Agricultura y Ganadería, Silvia Clemente, posan tras la presentación de la nueva marca alimentaria a los medios de comunicación.

Este identificativo podrá ser utilizado por las más de 3.200 industrias agroalimentarias de la Comunidad que produzcan y/o transformen productos de calidad elaborados con materias primas procedentes del sector primario castellano y leonés.

"Tierra de Sabor" tiene como fin que los productos elaborados en el territorio de Castilla y León que reúnan las condiciones y cumplan los requisitos de calidad que se especifican en su "reglamento de uso" sean reconocidos bajo una marca de prestigio, permitiendo que los consumidores identifiquen estos productos de forma fácil y precisa.

El uso de la marca lleva aparejada múltiples ventajas como una importante inversión en comunicación para impulsar la notoriedad y el prestigio de la misma y acciones directas de promoción comercial, promovidas desde la Consejería de Agricultura y Ganadería, con las cadenas de distribución más importantes del país, así como la promoción en ferias y otras acciones destinadas a la eficiencia logística de los productores.

En este sentido, el 10 de

septiembre de 2008 se publicó en el Boletín Oficial de la Unión Europea y el 29 de septiembre en el Boletín Oficial del Estado el anuncio de licitación de la primera campaña de publicidad, de ámbito nacional, dirigida a la promoción de los productos agroalimentarios de Castilla y León, por un importe de 1.100.000 Euros.

La promoción de los alimentos acogidos a la marca tendrá un impacto significativamente positivo para pequeños y medianos productores locales y supone una gran contribución al desarrollo económico sostenible así como al asentamiento de población en el medio rural.

El sector agroalimentario en Castilla y León genera más de la cuarta parte del Valor Añadido

Bruto Industrial, no energético, con una producción de 8.000 millones de euros. Da empleo a más de 38.000 personas lo que supone uno de cada cuatro empleos del ámbito industrial. Por subsectores los más destacados son:

Cárnico con 2.200 millones

Lácteo con 1.200 millones

Alimentación Animal con 1.150 millones

Azúcar, chocolate y confitería con 615 millones

Pan y Bollería con 530 millones

Vino con 450 millones

Por último, es necesario destacar que nuestra



La Consejera de Agricultura y Ganadería, Silvia Clemente, en un momento de la presentación.

región es la primera en producción de cereales, remolacha, patata, leche y carne de ovino y la segunda productora nacional en carne de vacuno, leche de vaca y carne de porcino. Todo ello nos permite afirmar que Castilla y León es la despensa de España.

La Marca

La marca seleccionada, diseñada por la agencia madrileña Sra. Rushmore, evoca ante todo una leyenda, 'Tierra de sabor', escrita en caligrafía manual con trazos manuales sobre un corazón amarillo. Una imagen que nos recuerda que nuestros alimentos son vida y salud y nacen abrigados por el sol y nuestros campos de cereal, lo que hace que las cosas sepan como tienen que saber. Las "erres" del logotipo recuerdan torres y murallas, las que se encuentran diseminadas por toda nuestra geografía. Así es la nueva marca que identificará a partir de este mes a los productos alimentarios de Castilla y León, y que usarán las más de 3.200 industrias agroalimentarias de la región.

Esta marca adquiere preponderancia y se "sobrepone" a cualquiera otra existente en los productos de la Comunidad y su principal objetivo en palabras de la Consejera Clemente es el de ayudar a potenciar la marca y sobre todo incentivar e incrementar las ventas de productos. La cuantificación de estos objetivos se plasma, según



El cortador abulense Florencio Sanchidrián, ganador del título de mejor cortador de jamón del mundo, acompañó y apoyó la presentación de la nueva marca.

la propia Consejera, en alcanzar los 10.000 millones de euros como valor de la producción agroalimentaria de Castilla y León y además conseguir incrementar en un 30% el valor de las materias primas del campo regional.

Esta marca aparecerá en viales de las grandes cadenas distribuidoras, empezando por El Árbol, El Corte Inglés y Carrefour, con las que se han firmado acuerdos, se situará en otros soportes, como bolsas, así como en la carta de los restaurantes de las grandes superficies, e irá acompañado de un plan de promoción en distintos medios de comunicación.



Productos que estarán amparados por 'Tierra de Sabor'

La Consejera Silvia Clemente tuvo palabras de reconocimiento para la labor del sector agroalimentario regional con alusiones explícitas a la industria artesana. Según sus propias palabras un sector que mantiene su fortaleza económica, y que junto al primario genera el 11% del PIB de la Comunidad".

No fue la única alusión a los productos artesanos de los que destacó la importancia de algunos de los proyectos que estamos llevando a cabo, como la plataforma que se ha creado para los empresarios artesanos, "una empresas muy importantes", por su ubicación en el medio rural.

“La mejor definición de queso artesano la escuché hace tiempo, un queso artesano es un queso hecho con arte...y además...sano”



La historia de la **Quesería artesanal de Armuña** comienza así. Fernando tenía la idea pensada y se la planteó a Jesús. Fernando Pastor, dueño de una explotación de ganado ovino y de tradición familiar en este pueblo segoviano embarcó a Jesús Fuentes, ingeniero agrónomo de profesión, en este proyecto que nació hace casi doce años. Quien le iba a decir al estudiante que iba a ser copropietario de una quesería cuando, años antes, hizo su proyecto de fin de carrera sobre una de ellas.

Hablamos con quienes hacen posible que en un buen número de restaurantes de la región se coma queso artesano de Armuña. Como reza el slogan que inventaron hace doce años...un queso...de la leche.

La historia de la Quesería artesanal de Armuña comienza así. Fernando tenía la idea pensada y se la planteó a Jesús. Fernando Pastor, dueño de una explotación de ganado ovino y de tradición familiar en este pueblo segoviano embarcó a Jesús Fuentes, ingeniero agrónomo de profesión, en este proyecto que nació hace casi doce años. Quien le iba a decir al estudiante que iba a ser copropietario de una quesería cuando, años antes, hizo su proyecto de fin de carrera sobre una de ellas.

Hablamos con quienes hacen posible que en un buen número de restaurantes de la región se coma queso artesano de Armuña. Como reza el slogan que inventaron hace doce años...un queso...de la leche.

“La mejor definición de queso artesano la escuché hace tiempo, un queso artesano es un queso hecho con arte...y además...sano”

Amigos, con profesiones diferentes e incluso ciudades habituales de residencia diferentes...un caso inusual que exigirá un estricto reparto de tareas

J.F: Fernando es quien se ocupa de las ovejas y de la mayoría de la elaboración, y yo cuando toca elaborar en fin de semana también lo hago.

F.P: Éramos amigos del pueblo, de Armuña, y surgió la idea de la quesería con algún socio más. Armuña es un pueblo pequeño de la provincia de Segovia, con menos de cien habitantes en invierno, y es una forma de dinamizar el pueblo, la economía del pueblo, de intentar que los pueblos no pierdan población.

Y digo que no es un caso muy común, puesto que la mayoría de los artesanos lo son por tradición familiar, son grupos eminentemente familiares...

J.F: Fernando tenía ovejas, pero mi familia no. Y

creamos la quesería también para dar salida a esos animales, ya que por esta zona no se ordeñaba, son ovejas de raza castellana, que Fernando tiene bastante mejorada porque lleva bastante tiempo con carneros de carta, pero no es ni churra ni mucho menos asaaf para producción de leche, por eso la explotaba para carne. Aunque yo, sin ser de familia de ganadería de ovino, si recuerdo que en las épocas de esquila en las casas de la gente que tenía ovejas hacían queso para su consumo.

Si voy a la Quesería Artesanal de Armuña... ¿qué puedo comprar?

J.F: Pues podrás comprar queso de oveja con 4 meses de curación normalmente, y yogurt, que hacemos con leche pasteurizada como es obligatorio y los fermentos necesarios, no echamos nada más, ni conservantes ni nada. Sale un producto muy bueno que gusta bastante, incluso a gente a la que no le gusta el yogurt.

Y ¿si además de comprar queso y yogurt pido una visita por las instalaciones?

F.P: Pues te las enseñamos, ya han venido aquí colegios, grupos que lo piden... siempre y cuando fijemos una fecha no hay problema. A los niños sobre todo les gusta ver cómo se hace un queso.

¿Cómo explicaríais el valor de vuestro trabajo primero en la explotación y luego en la quesería?

J.F: A parte de lo que pueda decir la reglamentación, para mí un queso artesano es lo que en el País Vasco llaman queso de pastor, queso de granja, en definitiva casi hecho en casa, con todos los requerimientos higiénicos y sanitarios obligatorios pero sí, hecho en casa. Una vez escuché a alguien que dijo que el queso artesano es un queso hecho con arte y además sano.

Una buena definición para un concepto que a veces se utiliza de forma errónea. Cuántas cajas de productos totalmente industriales llevan impresa la leyenda artesano sobre un fondo de campos de cereal y una abuela elaborando...



F.P: Puedes ver en cualquier supermercado galletas, patatas, de producción totalmente industrial pero que como en la caja pone que son artesanas...

J.F: Yo creo la gente si sabe lo que compra y a qué precio, saben que es bueno, que lo elaboras tú con la leche de tus propias ovejas, pero para la gente que no lo sabe pues es importante que lleve en la etiqueta que es un producto artesano. En este sentido nos falta todavía mucho trabajo por hacer, creo que falta proteger la denominación artesano, por ejemplo en el mundo del vino y de las D.O está muy conseguido.

A partir de ahora todos los productos hechos en Castilla y León van a llevar la misma marca. ¿Es otro paso más para

apoyar a los empresarios alimentarios?

J.F: Crear una marca es una garantía del origen de los productos, aparte de que cada uno de los productos pertenezca a sus D.O, a sus asociaciones, en nuestro caso la de artesanos. Es una garantía de origen que va a beneficiar a todos

¿Proyectos de futuro?

J.F: Seguir trabajando. Nuestra quesería es pequeña, no llegará a 30.000 litros de leche, que pueden ser 4 o 5.000 litros en yogurt y el resto el queso. Pero no tenemos pensado ampliar porque producimos dependiendo de toda la explotación de ovino y tampoco podríamos comprar leche a otras explotaciones porque tendría que ser de producción ecológica.



Quesería Artesanal de Armuña
C/ Sta. María, 13 ARMUÑA
40494 Segovia
Tel.: 921 56 61 43

NUESTRA MATERIA PRIMA ES
ÚNICA



Saludable

NUESTRA FORMA DE PRODUCCIÓN,
EQUILIBRADA



Sostenible

EL RESULTADO...
INMEJORABLE



Selecto

Productos de **Castilla y León**



CASTILLA Y LEÓN ES SABOR