

Más de una veintena de firmas agroalimentarias andaluzas acude a la mayor feria de marcas de distribuidor del mundo



Noticias

El encuentro, que ha sido celebrado en el centro de exposiciones RAI de Ámsterdam, forma parte de la Private Label Manufacturers Association (PLMA)

Un total de 21 empresas del sector agroalimentario andaluz han acudido a la feria profesional internacional 'PLMA FOOD-Private Label Manufacturers Association' de Ámsterdam (Holanda). La participación de las firmas, que comenzó el pasado lunes 18 de mayo y finalizó ayer, ha sido organizada por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

El encuentro, que ha sido celebrado en el centro de exposiciones RAI de Ámsterdam, forma parte de la Private Label Manufacturers Association (PLMA), un certamen dedicado a la marca blanca o de distribuidor que engloba la exposición de productos agroalimentarios (PLMA FOOD) y la de cosméticos y artículos para el hogar (PLMA NON FOOD).

En el espacio dedicado a los productos agroalimentarios (PLMA FOOD) se incluyen alimentos frescos, congelados y refrigerados, bebidas, y alimentos secos. En concreto, la pasada edición de este certamen contó con 115 stands españoles de un total de 1.599 firmas internacionales participantes.

Empresas andaluzas

Entre las compañías andaluzas asistentes destaca la provincia de Sevilla con una participación de 12 empresas agroalimentarias (Aceites Ybarra; Aceitunas Guadalquivir; Agro Sevilla Aceitunas; Angel Camacho Alimentación; Acyco Aceitunas y Conservas; Euroлива; Industria Aceitunera Marciense; Jolca; Loreto Specialty Foods; Manzanilla Olive; Moreno Ruiz Hermanos y Oleoestepa).

Asimismo, han asistido firmas procedentes de Granada (Aceites Maeva y Comapa 2001); Almería (F.J. Sánchez Sucesores y Hortofrutícola Costa de Almería); Cádiz (Chavez & Clark y Franjuba Pan); Jaén (Aires de Jaén); Córdoba (Aceites La Pedriza); y Málaga (Dcoop).

Exportaciones agroalimentarias andaluzas

Andalucía ha exportado alimentos y bebidas por un total de 8.312 millones de euros en 2014, un 9,3% más que en el año anterior. Los principales mercados receptores del sector son Italia, con 1.307 millones, con un destacado crecimiento del 51%; seguido de Alemania, con 1,227 millones; y Francia, con 1.028 millones.

En concreto, el sexto mayor mercado de los alimentos y bebidas andaluces es Países Bajos, estado que acoge la celebración de la muestra PLMA FOOD, que presenta unos ingresos de 764 millones de euros y un crecimiento del 12,4% respecto a 2013.

Países Bajos: mercado en alza

Andalucía subió en 2014 al tercer puesto como comunidad exportadora a los Países Bajos, con ventas globales por valor de 764,4 millones de euros, un 12,4% más que en 2013, un crecimiento superior al nacional en 5,7 puntos. Actualmente, Países Bajos es el destino número once para la comunidad, y Almería protagoniza las ventas con el 35,3% del total.

En el ranking de productos más demandados por este mercado, destacó el complejo agroalimentario con más del 50% de las exportaciones que corresponden a legumbres, frutas y hortalizas, con más de 500 millones. En tercer lugar están las máquinas y aparatos mecánicos con solo el 7,7% del total (58,6 millones).

PLMA FOOD: marca de distribuidor

La feria PLMA FOOD recibe a fabricantes y minoristas de productos de marca blanca con el objetivo de establecer nuevos contactos comerciales o encontrar nuevos productos. La muestra, que se celebra en Europa desde el año 1986 y está dirigida a un público exclusivamente profesional, registró en 2014 la visita de 11.017 profesionales de 116 países y contó con 2.266 firmas expositoras de 61 países.

PLMA se celebra en otros mercados como Estados Unidos y está organizada por la asociación 'Private Label Manufacturing Association'. Según los datos de Extenda, PLMA es el principal punto de encuentro de la gran distribución europea y los informes de la consultora Nielsen indican que Suiza se mantiene en primer puesto de cuotas de mercado en términos de volumen de las marcas de distribuidor con el 53%, seguido de España (51%), Reino Unido (45%), Portugal (45%), Alemania (44%) y Bélgica (41%).

La posición de España en el segundo puesto del ranking europeo de marca blanca denota una década de crecimiento extraordinario de la tendencia, ya que en 1999 sólo representaban el 17% de todos los productos que se venden en el país. En 2004 la cuota creció por encima del 30% y en 2012 esta cuota era de casi del 50%.

Asimismo, las previsiones sobre el futuro de la marca de distribuidor auguran un mayor incremento. Según los datos del estudio de la PLMA 'Los consumidores europeos de hoy en día', el 46% de los europeos adquiere productos de marca de distribuidor con frecuencia. El estudio muestra que la marca de distribuidor desempeña un papel fundamental en la vida de los consumidores de toda Europa y que la cuota de mercado seguirá creciendo aunque mejore la situación económica.

Esta acción está cofinanciada en un 80% con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo Fondo Social Europeo 2007-2013.

- See more at:

http://www.extenda.es/web/opencms/extenda/noticias/noticia_1363.html#sthash.i1E8TE2E.dpuf

Un total de 21 empresas del sector agroalimentario andaluz han acudido a la feria profesional internacional 'PLMA FOOD-Private Label Manufacturers Association' de Ámsterdam (Holanda). La participación de las firmas, que comenzó el pasado lunes 18 de mayo y finalizó ayer, ha sido organizada por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

El encuentro, que ha sido celebrado en el centro de exposiciones RAI de Ámsterdam, forma parte de la Private Label Manufacturers Association (PLMA), un certamen dedicado a la marca blanca o de distribuidor que engloba la exposición de productos agroalimentarios (PLMA FOOD) y la de cosméticos y artículos para el hogar (PLMA NON FOOD).

En el espacio dedicado a los productos agroalimentarios (PLMA FOOD) se incluyen alimentos frescos, congelados y refrigerados, bebidas, y alimentos secos. En concreto, la pasada edición de este certamen contó con 115 stands españoles de un total de 1.599 firmas internacionales participantes.

Empresas andaluzas

Entre las compañías andaluzas asistentes destaca la provincia de Sevilla con una participación de 12 empresas agroalimentarias (Aceites Ybarra; Aceitunas Guadalquivir; Agro Sevilla Aceitunas; Angel Camacho Alimentación; Acyco Aceitunas y Conservas; Euroлива; Industria Aceitunera Marciense; Jolca; Loreto Specialty Foods; Manzanilla Olive; Moreno Ruiz Hermanos y Oleoestepa).

Asimismo, han asistido firmas procedentes de Granada (Aceites Maeva y Comapa 2001); Almería (F.J. Sánchez Sucesores y Hortofrutícola Costa de Almería); Cádiz (Chavez & Clark y Franjuba Pan); Jaén (Aires de Jaén); Córdoba (Aceites La Pedriza); y Málaga (Dcoop).

Exportaciones agroalimentarias andaluzas

Andalucía ha exportado alimentos y bebidas por un total de 8.312 millones de euros en 2014, un 9,3% más que en el año anterior. Los principales mercados receptores del sector son Italia, con 1.307 millones, con un destacado crecimiento del 51%; seguido de Alemania, con 1,227 millones; y Francia, con 1.028 millones.

En concreto, el sexto mayor mercado de los alimentos y bebidas andaluces es Países Bajos, estado que acoge la celebración de la muestra PLMA FOOD, que presenta unos ingresos de 764 millones de euros y un crecimiento del 12,4% respecto a 2013.

Países Bajos: mercado en alza

Andalucía subió en 2014 al tercer puesto como comunidad exportadora a los Países Bajos, con ventas globales por valor de 764,4 millones de euros, un 12,4% más que en 2013, un crecimiento superior al nacional en 5,7 puntos. Actualmente, Países Bajos es el destino número once para la comunidad, y Almería protagoniza las ventas con el 35,3% del total.

En el ranking de productos más demandados por este mercado, destacó el complejo agroalimentario con más del 50% de las exportaciones que corresponden a legumbres, frutas y hortalizas, con más de 500 millones. En tercer lugar están las máquinas y aparatos mecánicos con solo el 7,7% del total (58,6 millones).

PLMA FOOD: marca de distribuidor

La feria PLMA FOOD recibe a fabricantes y minoristas de productos de marca blanca con el objetivo de establecer nuevos contactos comerciales o encontrar nuevos productos. La muestra, que se celebra en Europa desde el año 1986 y está dirigida a un público exclusivamente profesional, registró en 2014 la visita de 11.017 profesionales de 116 países y contó con 2.266 firmas expositoras de 61 países.

PLMA se celebra en otros mercados como Estados Unidos y está organizada por la asociación 'Private Label Manufacturing Association'. Según los datos de Extenda, PLMA es el principal punto de encuentro de la gran distribución europea y los informes de la consultora Nielsen indican que Suiza se mantiene en primer puesto de cuotas de mercado en términos de volumen de las marcas de distribuidor con el 53%, seguido de España (51%), Reino Unido (45%), Portugal (45%), Alemania (44%) y Bélgica (41%).

La posición de España en el segundo puesto del ranking europeo de marca blanca denota una década de crecimiento extraordinario de la tendencia, ya que en 1999 sólo representaban el 17% de todos los productos que se venden en el país. En 2004 la cuota creció por encima del 30% y en 2012 esta cuota era de casi del 50%.

Asimismo, las previsiones sobre el futuro de la marca de distribuidor auguran un mayor incremento. Según los datos del estudio de la PLMA 'Los consumidores europeos de hoy en día', el 46% de los europeos adquiere productos de marca de distribuidor con frecuencia. El estudio muestra que la marca de distribuidor desempeña un papel fundamental en la vida de los consumidores de toda Europa y que la cuota de mercado seguirá creciendo aunque mejore la situación económica.

Esta acción está cofinanciada en un 80% con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo Fondo Social Europeo 2007-2013.

Extenda

