

NUESTROS PROFESIONALES,
nuestros *mejores* representantes



cede
carne

Memoria 2021



SUMARIO

1. Carta del Presidente (p.3)
2. Junta Directiva (p.4)
3. Un setor unido (p.5)
4. Prestigiando al sector (p.7)
5. Actividades de 2021 (p.11)
6. Interprofesionales (p.19)
7. Actividades de los Gremios (p.22)
8. Datos del sector (p.29)

1

Carta del **Presidente**

Estimados amigos:

Vuelvo a dirigirme a vosotros a través de estas líneas y, al igual que el año pasado, comenzando con el agradecimiento a todos los que, a pesar de tantas dificultades que os estáis encontrando por delante, seguís levantando las persianas de vuestros negocios con energía cada día.

Esa energía es la que desde Cedecarne queremos transmitir porque, junto a otros valores tan intrínsecos en nosotros como la profesionalidad, cercanía, artesanía, tradición o saber hacer, son importantes de difundir en una sociedad que necesita recuperar lo de siempre, aquellas costumbres gastronómicas que ponen en valor nuestro producto, y cuidan de nuestros pueblos, barrios y ciudades, de sus vecinos y de la salud de todos.

Finalizamos este año 2021 como comenzamos el 2022, con la incertidumbre de la pandemia que, aunque parecía que nos iba a dar una tregua, parece que solo había cogido impulso para volver con más fuerza. Durante muchos meses de este año estuvimos a su merced, semiconfinados y sin poder movernos de nuestras regiones, lo que siguió demostrando la importancia de la modernización de nuestras tiendas, de la digitalización, del servicio a domicilio, de la venta a distancia. Asimismo se vio la necesidad de introducir mejoras y novedades en lo ofrecido al consumidor para poder diversificar la oferta y los clientes, sin depender tanto de unos o de otros.

Aunque la pandemia es una de nuestras principales amenazas, durante estos meses han ido surgiendo otras que nos hacen permanecer alerta y nos invitan a seguir manteniendo la unión en el sector. Las amenazas, tanto a nivel legislativo como del consumidor, tanto a nivel europeo como nacional y que abogan por la reducción de la producción de carne y su consumo; la continua subida de la luz y de algunas materias primas; la crisis económica que amenaza la distribución mundial, etc.

Por eso considero que debemos mantenernos unidos como organización para poder hacer frente a todos estas dificultades a las que nos enfrentamos, junto a otras organizaciones sectoriales o del comercio para demostrar que somos un sector fuerte, comprometido con el medioambiente, moderno y que ha demostrado que cuenta con grandes profesionales, dispuestos a ofrecer cada día productos seguros, sabrosos y de gran calidad.

Gracias a la pertenencia de Cedecarne a la Confederación Internacional de Carniceros, el pasado noviembre, cinco profesionales tuvieron la oportunidad de representar a España en la I copa de Europa de la Carnicería artesanal obteniendo un meritorio cuarto puesto. Este evento con gran repercusión demuestra que la carnicería artesana especializada es un arte que hay preservar y gracias a estas competiciones se pone en valor ante la sociedad, como hacen otras profesiones cercanas como los restauradores.

Creo enormemente que nuestro futuro pasa por poner en valor nuestro oficio, dar a conocer la profesión y atraer a los jóvenes, y- por qué no - a los no tan jóvenes. Sabemos que el relevo generacional es necesario para mantener vivos nuestros negocios y que surjan nuevos emprendimientos. Sin savia nueva nuestra profesión está próxima a la extinción y debemos ser nosotros ejemplo para las generaciones venideras.

Desde aquí os animo a seguir participando activamente en todo lo que desde Cedecarne y sus gremios vayamos emprendiendo porque así lograremos seguir caminando, haciendo frente a todo lo que nos encontremos por delante, buscando nuevos compañeros y manteniendo vivo el oficio.



D. Carlos Rodríguez Marcos. **Presidente**

2

Junta **Directiva**

Presidente

D. Carlos Rodríguez Marcos

Vicepresidente y Representante de Cataluña

D. Pròsper Puig i Binardelli

Secretario y Representante de Cantabria

D. Julio González Pérez

Tesorero y Representante de Navarra

D. Luis Zuazu Erroz

Secretaria General

D^a. María Sánchez Ruiz

Asistente Ejecutiva

D^a. Elena Ovejas Zapata

VOCAL REPRESENTANTE DE:

Principado Asturias

D. Francisco José
Colunga García

Galicia

D. Manuel Becerra Pardo

Castilla y León

D. Juan Antonio Mendo
Cascón

Guipúzkoa

D. Mikel Urrestarazu
Aramburu

Huesca

D. Miguel Ángel Plana Gil

Valencia

D. José Rodrigo Ferrer

Navarra

D. Luis Zuazu Erroz

Zaragoza

D. Manuel Remiro
Saldaña



**cede
carne**

3

Un sector **unido**

Durante el año 2021, la participación como miembros de las Juntas Directivas de las diferentes organizaciones de comercio y cárnicas españolas y europeas nos ha proporcionado el poder llevar a cabo acciones y estar presentes en decisiones importantes para la mejor competitividad de nuestros profesionales.

Cedecarne forma parte de:



CIBC (Confederación Internacional de Carniceros-Charcuteros)

Es la Asociación de Federaciones Nacionales de pequeñas y medianas empresas de carniceros, charcuteros y abastecedores que representa a 16 asociaciones profesionales de países de la UE y de la AELE que reagrupan a más de 150.000 empresas artesanas de la carnicería-charcutería dando empleo a cerca de 1 millón de personas.

La CIBC, a su vez, es miembro de otras organizaciones a nivel europeo como la CELCAA, Comité de enlace europeo para el comercio agrícola y agroalimentario.

Cedecarne forma parte de su Junta Directiva, siendo la Secretaria General de Cedecarne uno de los vicepresidentes de la entidad.



CEC (Confederación Española de Comercio)

La CEC es la organización empresarial que actúa en defensa de los intereses de los comerciantes, autónomos, de la pequeña y mediana empresa comercial y de servicios y del comercio en general. Está integrada por confederaciones y federaciones de ámbito autonómico y provincial de autónomos y pequeño y mediano comercio, así como organizaciones sectoriales de ámbito nacional.

Desde el año 2008 Cedecarne es miembro de pleno derecho de la CEC y actualmente forma parte de su junta directiva y de las diferentes comisiones de trabajo, participando activamente en algunos de los proyectos que se desarrollan y asistiendo, en nombre de la CEC, como representantes del comercio especializado de alimentación en algunos de los foros y reuniones de la administración general del Estado.



Interprofesional del Porcino de Capa Blanca

Cedecarne es miembro de la Junta Directiva de Interporc como la organización que representa al último eslabón de la cadena de la carne de porcino. Desde la interprofesional del porcino de capa blanca se ponen en marcha proyectos y acciones de colaboración entre todos los participantes de la cadena para, entre otros, mejorar la percepción de la carne y elaborados del cerdo de capa blanca trasladando a consumidores y profesionales de la salud sus propiedades nutritivas, sus ventajas saludables y su alta calidad o poner en común las preocupaciones sectoriales a lo largo de la cadena de valor.



Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino

Interovic es la entidad que representa los intereses de productores, industria, comercializadores y curtidores del sector cárnico ovino y caprino. Entre sus objetivos están la promoción de la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en el ovino y caprino, las acciones promocionales que redunden en el beneficio del sector y mejorar la información y conocimiento sobre las producciones y los mercados del ovino y caprino de carne.

Cedecarne forma parte de su junta directiva desde su creación, siendo actualmente María Sánchez, Secretaria General de Cedecarne, secretaria de la Junta.



Interprofesional del Vacuno de Carne

La finalidad básica de la interprofesional es la defensa de los intereses del sector de carne de vacuno en todas sus etapas, desde la producción hasta la comercialización.

Desde su puesta en marcha en 2014, Cedecarne es miembro de su Junta Directiva y de algunas de sus comisiones de trabajo como la de Comunicación y Promoción.



Plataforma Carne y Salud

Carne y Salud es el foro de comunicación y divulgación sobre todas las carnes y que está promovido por todas las interprofesionales cárnicas. Sus principales objetivos son:

- Dar a conocer las cualidades nutricionales de las carnes y los elaborados de vacuno, ovino-caprino, porcino blanco e ibérico y conejo presentes en el mercado español.
- Afirmar su valor como parte importante de una alimentación variada y equilibrada, características definitorias de la Dieta Mediterránea.
- Aumentar el conocimiento y la información que de ellas poseen los consumidores, los profesionales de la salud y los medios de comunicación. Todo ello con el objetivo de aportar información de valor a la sociedad.



4

Prestigiando **al sector**

Uno de los objetivos principales de Cedecarne es el de prestigiar al profesional del sector de la carnicería-charcutería y poner en valor su saber hacer en una sociedad en la que cada día es más necesario el dar a conocer lo que nuestro sector ofrece en un mercado cada vez más competitivo.

Por ello muchas de las acciones realizadas durante este año han ido encaminadas a velar por la buena imagen de todas aquellas personas que forman parte de nuestro sector, tal y como ocurrió en la participación de un equipo español en la celebración de la I Copa de Europa de carniceros que tuvo lugar en Clermont-Ferrand (Francia) los días 7 y 8 de noviembre.

En dicho concurso se demostró que la carnicería artesanal española tiene mucho que aportar a una sociedad cada día con más acceso a información y más concienciada sobre temas como la nutrición o el medioambiente.

Además, y para dar a conocer los elaborados tradicionales que se ofrecen en los establecimientos de carnicería y charcutería, así como a los profesionales que elaboran, se ha firmado un convenio con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación que desarrollará durante dos años una serie de acciones en diferentes puntos de España

I COPA DE EUROPA DE CARNICERÍA

Como consecuencia de formar parte de la Confederación Internacional de Carniceros y Charcuteros, fuimos invitados a participar en la I copa de Europa de Carnicería Artesanal que se celebró los días 7 y 8 de noviembre en Clermont - Ferrand (Francia) y en la que un equipo compuesto por 5 profesionales (tres senior y dos Juniors) compitió contra equipos de Francia, Alemania e Italia.

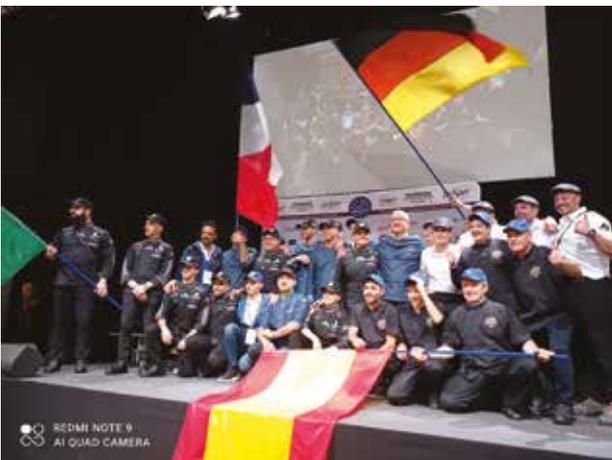


El equipo español estuvo formado por:

- **Eusebio Abascal (Astillero - Cantabria):** ejerció de capitán del equipo coordinando y siendo todo un ejemplo de pasión y esfuerzo.
- **Ana París (Balaguer - Lérida):** la representante femenina del equipo, toda una experta en la preparación de elaborados cárnicos que fue la coordinadora de las pruebas de elaborados.
- **Manuel Mesón (Salamanca):** Demostró su valía en el despiece y preparación de piezas y fue un ejemplo de compañerismo.
- **Adrián Lleonart (Valencia):** a pesar de su juventud, pues tiene tan solo 29 años, demostró mucha experiencia en el despiece y la elaboración
- **Joan Alemany (Banyoles - Girona):** el más joven del equipo, con 18 años, demostró que nada se le pone por delante y tuvo un papel destacado en el concurso.



El concurso fue organizado por la Confederación francesa de carniceros y Charcuteros (CFBCT) y se tuvieron en cuenta tanto la técnica de los concursantes, como la presentación y la innovación. Así, las pruebas han contado con una parte de despiece, realizada el primer día, y otra de elaboración, que tuvo lugar el segundo, y en la que los concursantes han tenido que preparar elaborados de forma libre, lo que ha permitido poner en valor la elaboración artesana que se lleva a cabo en las carnicerías especializadas, con recetas tradicionales, algunas de ellas traspasadas de generación en generación, que se han reinventado con el paso del tiempo. Asimismo fue muy importante la exposición de los elaborados y piezas en el mostrador.



Además durante las jornadas tuvieron lugar tres pruebas de velocidad en las que el equipo español salió victorioso: despiece de vaca (con el triunfo de

Adrián Lleonart), despiece de una pierna de vacuno (con victoria de Eusebio Abascal) y deshuese de cordero (en la que Adrián Lleonart consiguió el primer puesto). Por otra parte, tuvieron lugar las pruebas correspondientes a la técnica de despiece, desarrolladas en torno a cuatro temáticas y en el siguiente orden: cordero, ternera y vacuno, porcino y aves. Los equipos participaron, bien conjuntamente, o bien divididos en Juniors y Seniors, y tuvieron que despiezar las canales, dejando las piezas preparadas para las diferentes elaboraciones que realizaron esa misma mañana, enfocada en la elaboración y presentación.

Durante el concurso se puso en valor el saber hacer y profesionalidad de la carnicería europea y se pudo comprobar que tanto los despieces como las elaboraciones varían de un país a otro, influidos por la cultura y gastronomía de cada uno, así como por la formación que se recibe en unos países o en otros.

Coincidiendo con el concurso tuvo lugar también un encuentro europeo sobre digitalización en el sector, además de que el equipo español participante y los acompañantes tuvieron la oportunidad de vivir una experiencia de networking e intercambio de ideas y compañerismo entre colegas europeos.

Tras la deliberación, el jurado proclamó campeón de la I copa de Europa de Carnicería Artesanal al equipo francés, seguido de Italia y Alemania; mientras que el premio del público ha sido concedido al equipo italiano.

Cedecarne confía en que este sea la primera de muchas participaciones en este tipo de concurso porque gracias a estas acciones se pone en valor la figura y el oficio de carnicero, uno de los objetivos de la organización.

FIRMADO UN CONVENIO CON EL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL CONSUMO DE CARNE EN ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS

Cedecarne y el MAPA suscribieron en el mes de agosto un convenio para la realización de acciones promocionales, para poner en valor las elaboraciones tradicionales puestas a la venta en las carnicerías repartidas por toda España y que son parte de la gastronomía española. Las acciones previstas en el convenio se han realizado a finales de 2021 y se extenderán a lo largo de 2022, siendo financiadas al 50% por el Ministerio.

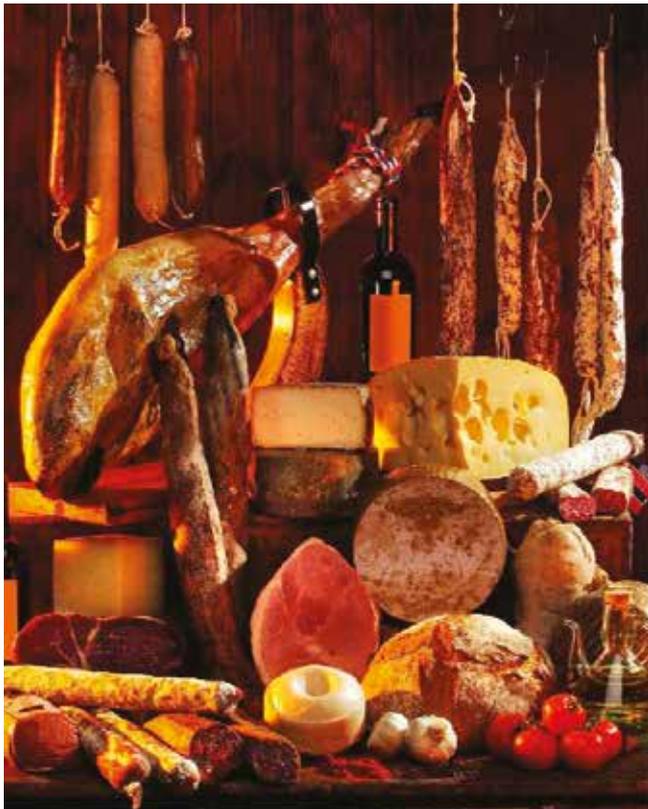
En base al convenio se han llevado a cabo diversas acciones para poner en valor los elaborados artesanos únicos y con sello propio que realizan

en estos comercios, que en muchos casos son tradicionales y han pasado de padres a hijos durante generaciones. El cuidado de los ingredientes, que son naturales, el empleo de materia prima de la zona y el uso de carne de ganaderías locales y cercanas son señas de identidad de los obradores de los comercios que representa Cedecarne.

Una de las acciones realizadas en base a este convenio ha sido la celebración de la IX edición del concurso a la Mejor Carnicería artesanal de Castilla y León, uno de los principales productos de los obradores de carnicería. A través de este concurso se da a conocer este producto artesanal, valorándose el uso de ingredientes naturales y provenientes de la zona. Se dispuso de cartelería y se enviaron notas de prensa y publicaron posts en redes sociales para dar a conocer a los concursantes y los productos aspirantes, e informar así a los consumidores sobre el buen hacer de todos ellos.

Las redes sociales son una de las vías en las que se puede comunicar al consumidor los valores de nuestros productos y, a través de una campaña realizada gracias a este convenio, se han lanzado algunos mensajes bajo el lema de "bueno, fresco y local". Mensajes que poco a poco van calando entre





Bo.
Fresc.
Local.



A TU LADO

**COMO
TODA LA
VIDA**

EL MUNDO HA CAMBIADO,
PERO SEGUIMOS
SIENDO LOS MISMOS

el público, sobre todo para que los más jóvenes conozcan el origen de muchos de los productos tradicionales de los obradores y los usos que se le puede dar en la cocina.

Además del producto cárnico, motivo principal de las acciones a realizar dentro de este convenio, los establecimientos especializados están regentados por profesionales que con gran experiencia y dedicación atienden al público y le ofrecen productos artesanales. La campaña de sensibilización y promoción del consumo de carne y elaborados artesanales en el comercio especializado, que se ha realizado en diciembre de 2021 teniendo continuidad en 2022 tienen, como principal objetivo precisamente eso, prestigiar al producto y al profesional. En la época navideña se comenzó con la campaña en la que se desarrollaron algunas acciones como un spot, cuñas de radio, cartelería, postales navideñas o señalética, todo ello para dar a conocer los productos artesanales y tradicionales que se pueden adquirir en las carnicerías, que son claves en el mantenimiento de la cultura gastronómica y parte muy importante de los Alimentos de España.

5

Actividades del 2021

ASAMBLEAS CEDECARNE

Debido a la pandemia, las dos asambleas de la organización celebradas durante 2021 se tuvieron que realizar de modo telemático.

La Asamblea ordinaria, celebrada el 22 de marzo, comenzó con el informe sectorial por parte del Presidente, que dio a conocer los principales datos del año 2020, destacando que la compra de frescos en establecimientos especializados se había incrementado.

Asimismo durante la reunión se dieron a conocer las acciones y actividades llevadas a cabo a lo largo del año anterior, intercambiándose impresiones sobre las actividades realizadas en las distintas regiones, siendo una de los puntos más interesantes de la reunión porque el intercambio de opiniones y actividades realizadas crea unión en el sector.

Por último se elevaron a aprobación tanto las cuentas anuales de 2020 como los presupuestos de 2021, informando asimismo a los asistentes sobre las proyectos que se iban a desarrollar en los siguiente meses para seguir representando a todos los profesionales de la carnicería, charcutería, pollería y casquería; dotando a estos de mejores herramientas para su desarrollo profesional.

El día 30 de noviembre se celebró la Asamblea extraordinaria en la que se presentaron los presupuestos previstos para el año 2022 y se adelantaron las actividades que se prevén realizar durante el año, que servirán para seguir avanzando en el prestigio del sector.



Asambleas CIBC

Aunque la Asamblea celebrada en abril tuvo que ser online, la de otoño si pudo hacerse presencial, en Bruselas, siendo un punto de encuentro de sector en Europa y en el que participaron las principales organizaciones que representan a los carniceros y charcuteros europeos en Europa.

En ambas asambleas se pone sobre la mesa la importancia de mantener la imagen y prestigio de los profesionales, a través de la realización de acciones tan interesantes como los concursos y el uso de las redes sociales. En todos los países europeos la falta de relevo generacional es uno de los principales problemas que afronta el sector por lo que, además de una formación que sea práctica, es necesario mostrar a los jóvenes una imagen renovada del sector.

Asimismo se trataron temas que están en la agenda política europea como son el bienestar animal, la higiene alimentaria, el etiquetado nutricional o la estrategia de la "granja a la mesa" que será clave para el sector cárnico. Además, temas transversales como la digitalización del comercio y la situación de la pandemia fueron otros de los asuntos tratados.

Por último, en ambas asambleas se destacó la importancia de tener una organización europea fuerte que vele por los intereses de todos los establecimientos minoristas especializados de carne y derivados en Europa.



REUNIONES INSTITUCIONALES

El Director General de la Industria alimentaria nos ha recibido en el Ministerio de Agricultura

Para tratar muchos de los temas que preocupan al sector, Cedecarne fue convocada en diciembre de 2021 a esta reunión con José Miguel Herrero en la que también estuvieron presentes la Subdirectora de Promoción de los Alimentos de España, Purificación González; la subdirectora General de Calidad y Sostenibilidad Alimentaria, Ana Díaz; y el Subdirector General de Control alimentario, Francisco Javier Maté.

Tras el agradecimiento por parte de Cedecarne al reciente convenio firmado para promocionar la carne y elaborados en los comercios especializados, se abordó la necesidad de que desde el MAPA y las distintas administraciones se vigilen el uso de las denominaciones cárnicas en distintos establecimientos.

Además se abordaron temas como los fondos europeos en los que deben participar las empresas de nuestro sector, la necesidad de contar con un marco legislativo sobre artesanía alimentaria que ponga en valor los establecimientos especializados, la tramitación de la normativa sobre comercio minorista de alimentación y los productos ecológicos, entre otros.



La nueva Directora Ejecutiva de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición se reúne con Cedecarne

Como organización representativa del sector, Isabel Peña-Rey, nueva Directora Ejecutiva de la AESAN, quiso conocer, tras su reciente nombramiento, Cedecarne y los proyectos que se realizan en la organización.

En esta reunión, celebrada de manera telemática, se puso de manifiesto la importancia de que desde la administración se tengan en cuenta a las organizaciones sectoriales en la tramitación de las normativas, ya que son conocedoras de primera mano de la realidad del sector.

Asimismo se trataron temas de su competencia dentro del Ministerio de Consumo, como el etiquetado nutricional y las denominaciones cárnicas.

Nos reunimos con la Subdirección General de Comercio Internacional de Servicios y Comercio Digital del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

María Aparici, Subdirectora General de Comercio Internacional de Servicios y Comercio Digital, se reúne con nosotros para invitarnos a participar en la iniciativa "Plataforma Comercio Conectado" que está desarrollando el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y que pretende ser un lugar de encuentro del comercio minorista.

Gracias a su experiencia y el conocimiento del sector, Cedecarne fue invitada a participar en un intercambio de impresiones y propuestas sobre esta plataforma para conocer qué herramientas e información son interesantes que contenga.

Participamos en la Comisión de seguimiento de la estrategia "más alimento, menos desperdicio" del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Con el objetivo de que tanto el consumidor como las empresas se conciencien sobre la importancia de evitar el desperdicio alimentario, el Ministerio de Agricultura puso en marcha la estrategia "más alimento, menos desperdicio", en la que participan organizaciones sectoriales, entre ellas Cedecarne, e instituciones públicas.

Durante el 2021 se ha lanzado una campaña bajo el lema "aquí no se tira nada" con la finalidad de promover el consumo responsable y prevenir el desperdicio de alimentos.



Participamos en la Mesa de coordinación de la producción ecológica

Desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) nos invitaron a participar en esta mesa de coordinación en la que representantes del MAPA, Comunidades Autónomas y otros organismos analizan la situación de la producción ecológica. Cedecarne pudo exponer en esta mesa la situación actual de la certificación de la carne de producción ecológica en los establecimientos especializados.

Estuvimos con la Parlamentaria de Ciudadanos, Mari Carmen Martínez

María Sánchez, Secretaria General de Cedecarne, y su Vicepresidente, Pròsper Puig, se reunieron con la Parlamentaria del Grupo de Ciudadanos en el Congreso, M^a Carmen Martínez, para abordar algunos de los problemas que preocupan al sector y que están en la agenda parlamentaria, como son la protección de las denominaciones cárnicas o algunos costes a los que se enfrenta el sector.

Participamos en el Observatorio de la Cadena Alimentaria

Gracias a formar parte de la CEC y representar al comercio minorista de alimentación, somos miembros del Pleno del Observatorio de la Cadena alimentaria, cuyo objetivo es favorecer el diálogo y la intercomunicación entre los representantes del sector productor, la industria, la distribución comercial y los consumidores, entre sí y con las administraciones públicas.

Este año hemos participado en una reunión celebrada en el mes de junio en la que se presentaron diversos estudios de cadena de valor realizados dentro del observatorio y se sentaron las bases para la realización de otros tantos.



Observatorio del comercio 4.0 del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

Constituido en el año 2019, Cedecarne participa representando a comercio minorista de alimentación. Se trata de un foro en el que analiza la situación del comercio minorista en España y su adaptación a las nuevas tecnologías.

En la única convocatoria que hubo en 2021, se analizó la importancia de contar con indicadores sobre comercio interior y se presentaron los últimos datos que se conocen en cuanto a gasto en comercio, uso de tarjetas, digitalización, etc.

Formamos parte del Consejo Asesor de la Agencia de Información y Control Alimentarios

Participamos como miembros, en representación de la CEC, en este organismo autónomo, adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, creado mediante la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, con la finalidad de controlar los derechos y obligaciones establecidos en dicha

Ley, instruyendo o iniciando el procedimiento sancionador si detecta infracciones a la misma.

Durante las reuniones celebradas se exponen los datos de incumplimientos por parte de las empresas de la cadena, se desarrollan mejoras para el control y se busca la mejor colaboración entre todos los participantes



OTRAS ACTIVIDADES

El GOCAVALE (Grupo Operativo del Equino) inicia su marcha

Desde el año 2021 se ha puesto en marcha un grupo operativo en el que participa Cedecarne junto con ASINCAR (Centro tecnológico Agroalimentario de Asturias), la Asociación de Criadores de Ganado Marisemeño, la Asociación Criadores de Hispano Bretón de la Montaña Asturiana, Animal Breeding Consulting S.L. y como colaborador la Federación Nacional de Criadores de Ganado Equino de Carne.

Entre los objetivos de este proyecto está la mejora de la cadena de valor del equino de carne, en particular la carne de potro, para incrementar su conocimiento entre los consumidores, así como establecer estrategias para mejorar su productividad y su rentabilidad tanto en las explotaciones ganaderas como en el resto de la cadena.

Desarrollando este proyecto se quiere poner en valor la carne de potro en el mercado nacional, aumentando el conocimiento acerca de las características nutricionales y características de la carne y sus productos. Asimismo se pretende incrementar el desarrollo de derivados y productos cárnicos innovadores a base de carne de potro. Los desarrollos obtenidos de la ejecución del proyecto se pretenden trasladar a toda la cadena de valor del equino de carne.

Este grupo operativo surge como iniciativa tanto para la puesta de valor de un producto y un sector ganadero que cría animales de la especie equina específicamente para producción cárnica en condiciones muy respetuosas con el entorno, pero también por aspectos tan fundamentales

como la sostenibilidad, el desarrollo rural y el mantenimiento de razas autóctonas.

El proyecto se financia mediante ayudas para la ejecución de proyectos de innovación de interés general por grupos operativos de la Asociación Europea para la Innovación en materia de productividad y sostenibilidad agrícolas (AEI-Agri), en el marco del Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020, siendo su duración de 3 años.



Avianza nos da la bienvenida

Desde finales del 2021 formamos parte del Comité de enlace de Avianza (Interprofesional de carne de ave), comité que trabaja por la promoción de la carne de ave y que realiza acciones para dar a conocer el producto.

Esta colaboración nos permitirá poner en valor esta carne ante nuestros consumidores y asimismo los elaborados de ave que en muchos de nuestros establecimientos se elaboran artesanalmente tendrán cabida en una interprofesional que apuesta por valorizar la carne producida en España, y que busca atemporalizar el consumo de determinados productos para que se adquieran durante todo el año y no solo en determinadas fechas como la Navidad.

Participamos en el Comité contra el desperdicio de AECOC

El Comité de desperdicio de AECOC, formado por empresas de la producción y distribución alimentaria y por otras organizaciones sectoriales tiene como finalidad la lucha contra el desperdicio



alimentario a través de la puesta en marcha de proyectos y acciones para concienciar tanto a la sociedad como al sector de la necesidad de reducir el desperdicio alimentario.

Durante 2021, se ha trabajado sobre el anteproyecto de Ley de Desperdicio Alimentario que se está tramitando por parte del Ministerio de Agricultura y se ha presentado una iniciativa para la exención del IVA en la donación de alimentos.

Asimismo se ha publicado el libro “estrellas contra el Desperdicio”, con el apadrinamiento de Vicente del Bosque, libro solidario, en el que chefs de reconocido prestigio proponen recetas para el aprovechamiento de los alimentos.

Por último, se celebró la III semana contra el desperdicio, con el objetivo de concienciar a la sociedad y en el que participaron, además de empresas alimentarias, instituciones públicas que iluminaron edificios públicos de color verde (marea verde contra el desperdicio).

Somos parte de “Realidad ganadera”

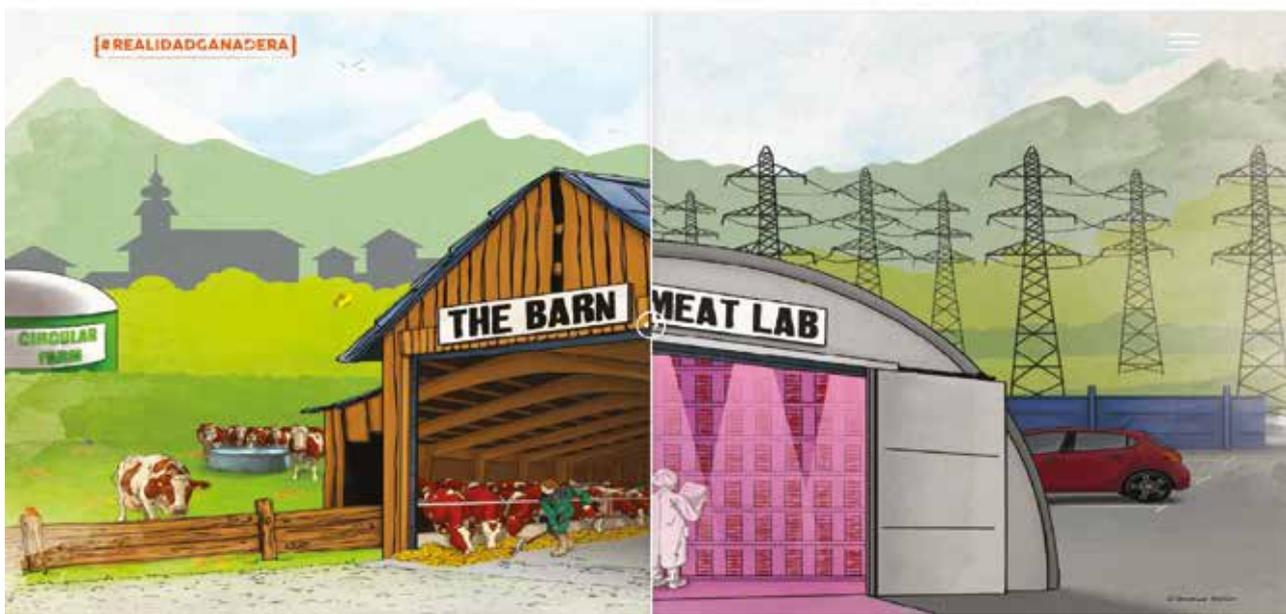
Creada en 2021, esta plataforma replica en

España la plataforma europea “Meat the facts”, que es un punto de encuentro de organizaciones ganadero – cárnicas que lucha contra los bulos en torno a la carne y ganadería con datos reales y científicos.

Durante este año se han publicado numerosos artículos sobre sostenibilidad, bienestar animal, datos del sector, etc., además de participar en iniciativas y mesas redondas donde se ha puesto en valor la importancia de la ganadería e industria cárnica para el mantenimiento, entre otros, de la vida rural.

Por último, se ha publicado un vídeo sobre las 9 paradojas de la granja a la mesa. Las paradojas identificadas reflejan conceptos erróneos y prejuicios en torno al sector ganadero en términos de medio ambiente, salud y economía. Revelan inexactitudes y aportan información en temas como:

- El valor nutricional de la carne.
- La coherencia del uso de la tierra para la actividad ganadera.
- La sostenibilidad medioambiental de la cadena ganadera europea.



- El impacto económico del sector.
- La protección del bienestar animal.
- El uso de fertilizantes.
- Empleo en zonas rurales.
- El patrimonio gastronómico y cultural de los productos de origen animal.
- La seguridad y disponibilidad de nuestros productos alimenticios.

Se ha constituido el Consejo consultivo sobre los fondos europeos - Next Generation

Tras la aprobación por parte de la UE de los Fondos Europeos para la Recuperación y Resiliencia, las Interprofesionales cárnicas pusieron en marcha, junto con una consultora especializada, Llorente y Cuenca, una iniciativa para presentar un proyecto para que las empresas del sector ganadero pudieran obtener ayudas para mejorar su competencia y que se ha materializado en la aprobación del PERTE Agroalimentario en febrero de 2022 por parte del Gobierno.

Cedecarne ha formado parte del Consejo Consultivo de esta iniciativa, junto con otras organizaciones cárnicas y sirviendo de enlace entre la consultora que preparaba el proyecto y nuestras empresas representadas.

Pertenecemos al Comité de Partes de Guijuelo

Formamos parte del comité de partes de Guijuelo, participando en la elaboración del manual de calidad, el procedimiento de control, los procedimientos de control y las instrucciones técnicas.

Nos reunimos con la Federación de municipios y provincias

Tuvimos una reunión con la Federación de Municipios y Provincias de España para buscar sinergias de colaboración entre ambas organizaciones y teniendo en cuenta la necesidad del mantenimiento de las carnicerías rurales.

Se estableció la primera toma de contacto para poder colaborar en poner en marcha iniciativas que redunden en mejorar la competitividad de nuestras empresas.

Participamos en la Comisión C4 de CEOE

Gracias a nuestra pertenencia a la Confederación Española de Comercio, tenemos la oportunidad de formar parte de la Comisión C4 de la CEOE, que es la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo, órgano de análisis, estudio y seguimiento de los asuntos principales de la distribución, el gran consumo y la omnicanalidad comercial, así como su regulación.



Nuestro papel en dicha comisión es el de representar al sector minorista de alimentación y concretamente al comercio especializado de carnes y derivados cárnicos.

Durante este año hemos podido participar en la elaboración del documento "Inventario de Nuevos Costes Soportados por el Sector Comercial en España", que permite disponer de información sobre los costes que desde hace años están siendo asumidos por el comercio minorista en materia de tasas, impuestos o para el cumplimiento de medidas tales como las requeridas con motivo de la pandemia de la Covid-19, entre otros.

El día 24 de noviembre estuvimos presentes en el I encuentro CEOE del sector comercio en España en el que se destacó la importancia del comercio en la economía española y su valor estratégico.

Nos reunimos con la Fundación Cajamar

Siendo conscientes de la importancia que tiene para nuestra organización el disponer de datos sobre las empresas del sector, tanto a nivel económico como de consumo o sociales, y poder así conocer mejor la realidad del sector en todas las regiones, nos reunimos con la Fundación Cajamar y ANICE (Asociación de Industrias de la Carne) para poder configurar un Barómetro sectorial cárnico que provea datos del comercio especializado de carnes y sus derivados.

Moderamos la mesa redonda de DistriMeat

La distribución cárnica poscovid fue el tema principal de la mesa redonda de DistriMeat, que estuvo moderada por María Sánchez, Secretaria General de Cedecarne.



#DistriMeat2021 está organizado por Agrifood Comunicación, Meat Attraction, la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE), la Asociación Nacional Grandes de Empresas de Distribución (ANGED), la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES), la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEEMAS) y la Asociación de Carniceros y Charcuteros de España (Cedecarne).

Se convocó a todos aquellos operadores que están presentes en la transformación del sector cárnico, presentes y futuros: empresas de la distribución, operadores del sector productor, industria alimentaria (empresas de productos cárnicos y de transformados), representantes de la Administración Pública nacional, autonómica e internacional y medios de comunicación.

Asistimos al Grupo de expertos Comisión Europea

Invitados a participar a través de la CIBC (Confederación Internacional de Carniceros y Charcuteros) pudimos estar presentes en la reunión sobre promoción alimentaria del grupo de expertos de la Comisión Europea. Se trata de un grupo asesor que ofrece servicios a la Comisión en materias relacionadas con las políticas europeas, en este caso agroalimentarias.

En esta reunión se trataron temas de actualidad como son la estrategia de la granja a la mesa de la UE, los resultados de encuestas que desde la Unión Europea se lanzan a los ciudadanos o las políticas de promoción de productos agroalimentarios.

Nos reunimos con la Asociación de Fabricantes y Comercializadores de Aditivos y Complementos Alimentarios

Con el objetivo de poder establecer estrategias conjuntas y conocer los proyectos que se están llevando a cabo en ambas asociaciones, mantuvimos un encuentro con la Presidenta de AFCA, Amparo Lafuente y la adjunta a Dirección, Inma Valverde.

Recibimos la visita del Instituto Halal

Hilene Galan, Gerente del Instituto Halal, nos visitó para conocer Cedecarne y establecer una vía de colaboración entre ambas organizaciones, dada la importancia que el consumo de carne Halal está adquiriendo, creciendo su venta en establecimientos detallistas.

Nos reunimos con la Federación de Comercio de Toledo (Fedeto)

Fedeto se puso en contacto con nosotros con el objetivo de conocer el trabajo desarrollado y los proyectos que se llevan a cabo en Cedecarne, para poder establecer sinergias de colaboración.

Temas como la formación, la seguridad alimentaria y la información a los profesionales fueron algunos de los que se abordaron por la importancia y experiencia que Cedecarne posee.

Participamos en uno de los diálogos previos a la Cumbre de la ONU sobre sistemas alimentarios

María Sánchez, Secretaria General de Cedecarne, participó como moderadora en una de las mesas organizadas por Interporc dentro de estos diálogos cuyos resultados fueron expuestos en la Cumbre de la ONU en Nueva York.

Organizada de forma online y que contó con la participación de personas relacionadas con el mundo agroalimentario y consumidores, se puso en valor la sostenibilidad de la carne de porcino y su importancia en la dieta alimentaria.

Nos reunimos con la Interprofesional Láctica (INLAC)

Nos hemos reunido con la Interprofesional láctica (INLAC) para analizar el sector de la carne y de la leche y muchas de las estrategias que pueden abordarse en conjunto.

Además, teniendo en cuenta que muchos de los detallistas a los que representamos ponen a la venta quesos en sus establecimientos, es importante mantener con esta organización una relación fluida para poder conocer sus proyectos.

Asistimos a la presentación de la campaña para la promoción internacional del sector ibérico de ASICI

Estuvimos en el lanzamiento de la considerada más ambiciosa campaña de promoción internacional del sector del ibérico, que contó con la presencia del Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas y que bajo el lema "Jamones Ibéricos de España, Embajadores de Europa en el Mundo" pretende consolidar el posicionamiento internacional de este producto culinario como un producto gourmet único en el mundo.

Bajo el paraguas de este innovador proyecto mundial se van a desarrollar una serie de acciones estratégicas, vistosas y espectaculares para mostrarle al mundo lo que es disfrutar del Jamón Ibérico en todo su esplendor. Para ello, la iniciativa contará con embajadores mundiales del Jamón Ibérico, auténticos referentes internacionales de la alta cocina, que ayudarán a transmitir el origen, la cultura y el arte de vivir que guarda el Jamón Ibérico.



6

Interprofesionales

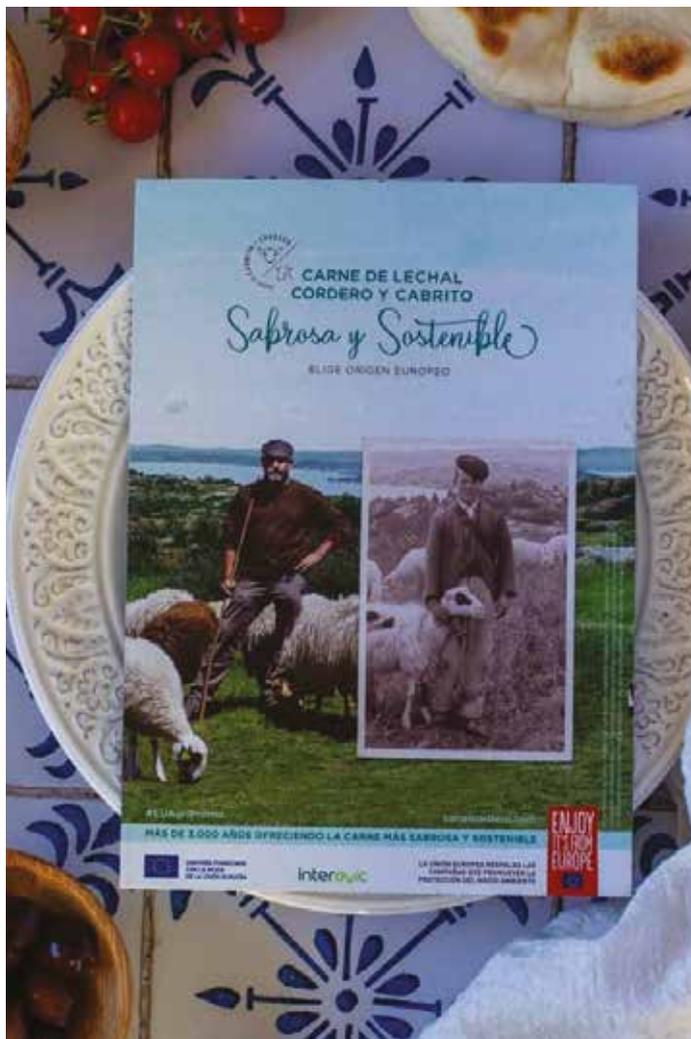
En 2021 Cedecarne ha seguido trabajando como último eslabón de la cadena cárnica para dar a conocer entre los profesionales y consumidores las campañas y proyectos que se han puesto en marcha desde las diferentes interprofesionales. La labor prescriptiva de los profesionales de la carnicería y charcutería tiene gran importancia y, como tal, Cedecarne tiene un hueco en las juntas directivas de Interovic, Interporc y Provacuno.

Muchas han sido las acciones llevadas a cabo para impulsar el consumo de carne y derivados, sobre todo aquellas piezas que normalmente se consumen en hostelería, animando a los ciudadanos a consumirlas en casa.

Interovic

Durante este año Interovic ha seguido con su campaña de promoción de la carne de cordero y cabrito bajo el lema de "sabrosa y sostenible". El año 2021 ha supuesto el primer año de una campaña que pretende llegar a un consumidor más preocupado por la sostenibilidad.

La campaña ha contado con un spot que se ha emitido en televisión y en el que se ve a un pastor que recorre con su rebaño varias



épocas temporales, para mostrar al consumidor que la carne de cordero se sigue produciendo igual desde hace siglos.

Se ha puesto en marcha una página web en la que se pueden consultar establecimientos de carnicería donde comprar carne de cordero, además de consultar recetas, noticias y enlaces a temas de interés.

Además, aprovechando la campaña y el spot, se ha seguido poniendo en valor el pastoreo, habiéndose puesto en marcha "transhumancia show", una muestra itinerante acerca de la transhumancia y que cuenta con espectaculares imágenes. Dicha iniciativa, que comenzó en 2021 tendrá continuidad a lo largo de 2022.

Tras varios años de éxito, el Paquito se ha consolidado este año como uno de los bocadillos de moda, habiéndose convocado en 2021 la primera edición del concurso al "Mejor Paquito de Madrid". Se ha desarrollado asimismo una ruta del Paquito en Madrid y otra en Valencia y Barcelona, buscando crear un vínculo con el consumidor más joven.

Durante este año Interovic ha presentado su sello de bienestar animal (AWIS) y está trabajando para que pueda estar presente en las industrias de toda España, y así que pueda ponerse en el punto de venta. Se está trabajando en conjunto con Cedecarne para que el sello AWIS se pueda encontrar en comercios especializados de carnicería.

Provacuno

Durante 2021 Provacuno ha cumplido 5 años como Interprofesional habiéndose realizado un vídeo conmemorativo. Desde su constitución, en 2014, la organización profesional de la carne de vacuno ha llevado a cabo interesantes proyectos para poner en valor a este tipo de carne de origen nacional, tanto entre los consumidores españoles como entre los del resto del mundo.

Provacuno lanzó en 2021 la campaña "buscalesunnombre.com" para reivindicar el uso de la hamburguesa solamente para los productos que llevan carne, y en el que los consumidores podían proponer nombres para llamar a las alternativas vegetales. El nombre elegido finalmente fue "verduguesa", que se llevará al Parlamento Europeo para que se le pueda considerar un término oficial para su uso.

Asimismo, se ha continuado con la campaña #FansDelVacuno en la que se destaca el spot "Hazte vaquero", que durante 3 semanas se ha estado emitiendo en televisión. Además, un profesional de la carnicería de Madrid, Ángel Gutiérrez, participó en el Programa de Ana Rosa de Telecinco para hablar de la versatilidad de la carne de vacuno y de sus diferentes usos, según el gusto y la ocasión.



Además, se ha puesto en marcha la estrategia Vacuno de Carne Carbono Neutral 2050, en colaboración con científicos españoles, donde se ha establecido una hoja de ruta para alcanzar la neutralidad climática, con diferentes actuaciones a corto, medio y largo plazo. El sector es consciente de las preocupaciones de la sociedad y muestra de ello es el compromiso con el planeta.

En este último año, Provacuno ha publicado uno de los trabajos más rigurosos, ambiciosos y objetivos del mundo, el Referencial de Bienestar Animal en vacuno de carne PAWS que se está poniendo en marcha a través de un sello que desde la Interprofesional y Cedecarne se está trabajando para que pueda estar presente en los establecimientos de carnicería.

Interporc

Con “Saborea lo nuestro”, Interporc lanzó un spot en televisión, junto con material publicitario en otros medios, en el que uno de nuestros profesionales es uno de los protagonistas, poniendo en valor a todos los profesionales del sector de la carne de cerdo de capa blanca. Porque desde Interporc, en este año se han llevado a cabo acciones para que el consumidor conozca a los profesionales que componen la cadena de valor de este tipo de carne, desde los ganaderos hasta los carniceros, pasando por las industrias. Esto se enlaza con la campaña “transparente, no invisible” que comenzó en la pandemia para agradecer a los profesionales del



sector todo el trabajo desarrollado durante los meses más duros de la pandemia.

Desde Interporc se han lanzado continuamente mensajes y materiales informativos para evitar la entrada de la Peste porcina africana en España, tras un año en el que se han ido detectando focos en diferentes puntos de Europa.

La Interprofesional ha participado en la Cumbre 2021 sobre los sistemas alimentarios en la ONU, para lanzar una apuesta por el consumo de la carne de cerdo dentro de una dieta equilibrada, destacando la importancia de la ganadería para el mantenimiento del mundo rural.

En el día de la mujer, se quiso homenajear a las mujeres del sector, realizándose un video en el que se mostraban “orgullosas de las nuestras”, y en el que destacaban la valiosa labor que desempeñan a lo largo de la cadena. Isabel Rodríguez, de Vitoria fue una de las protagonistas, destacando el trabajo de las profesionales de la carnicería.





Actividades gremiales



FEDERACIÓN REGIONAL DE CARNICEROS DE CASTILLA Y LEÓN

Tras el parón sufrido en el año 2020 debido a la pandemia derivada de la Covid-19, en el año 2021 se retomó el Concurso a la Mejor Hamburguesa de Castilla y León, que este año cumplió su IX edición.

La final se celebró en Burgos el 24 de octubre y contó con la participación en el jurado de María Sánchez, Secretaria general de Cedecarne. La hamburguesa ganadora fue la propuesta presentada por la carnicería Hermanos Martín, la hamburguesa "Hmburger" elaborada con carne de cordero con queso de cabra y tomate secado al sol.

FEDERACIÓ CATALANA DE CARNISSERS I CANSALADERS-XARCUTERS

6º Concurso Butifarra de huevo

El 80% de los embutidos de huevo elaborados en Cataluña se preparan siguiendo la receta tradicional, solo con carne de magro, vientre, huevos, sal y pimienta, mientras que el 20% corresponde al segmento de embutidos de huevo singulares que rápidamente aumentaron su demanda en los primeros años para llegar al mercado y que actualmente crecen más en variedad que en kilos elaborados y vendidos.

Las butifarras especiales o singulares son sorprendentes por su combinación de ingredientes y sabores. Son un buen ejemplo del ingenio de sus creadores, la butifarra de huevo con alcachofas y manteca de cerdo; la butifarra de huevo con higos, ratafía (licor de las comarcas de Tarragona) y foie.

La butifarra de huevo con girella (embutido tradicional de las montañas de Lleida hecho con menudencias de cordero), elaborado por la Maestro charcutero Jaime Badia Verdeny de Tremp, que este año se ha llevado el

primer premio a la mejor Botifarra d'Ou Singular del 6º Concurso Nacional de Botifarra d'Ou Artesana organizado por la Fundació Oficis de la Carn y la Cofradía del Gras i el Magre. El primer premio a la mejor Botifarra d'Ou Tradicional de



PRIMER PREMI - BOTIFARRA D'OU TRADICIONAL 2021
XAVIER ALEMANY - CARNISSERIA ALEMANY - GIRONA

Cataluña ha sido para el Maestro charcutero Xavier Alemany Juanola de Girona.

La carne de cerdo también se utiliza para hacer el Farcit de Carnaval (relleno de carnaval), un embutido que, desde hace 2 años, la Fundació dels Oficis de la Carn lleva trabajando para promocionar su producción y venta en todo el país. El premio de este año se lo llevó Valentí Fàbregas de Fàbregas Xarcuters de Barcelona. El relleno de carnaval es un embutido grande con un fuerte valor tradicional en las comarcas del Pallars (Pirineo de Lleida), y muy especial porque era el único embutido del país que históricamente se preparó fuera del período de sacrificio del cerdo.

En esta 6a edición se han presentado 59 butifarras de huevo y 5 farcits de carnaval.

Concurso Llonganissa

La 4ª edición del Concurso Nacional de Longaniza Tradicional, un certamen que quiere “reforzar el valor de los productos artesanales y del comercio de proximidad y además, mejorar la calidad de unos de los productos tradicionales procedentes del recetario popular”, remarca Próspero Puig, presidente de la Confradía del Gras i el Magre.

En esta edición, del concurso organizado por la Fundació Oficis de la Carn y con el apoyo de la Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers-Xarcuters se han presentado 24 empresas de 12 comarcas diferentes. Con estas cifras de participación, superando todas las ediciones anteriores, “se han recogido buena parte de las variedades de las longanizas que se elaboran en toda Cataluña haciendo que la riqueza de nuestro patrimonio gastronómico y de nuestros productores haya sido muy bien representada”, remarca Pròsper Puig, presidente de la Confradía del Gras i el Magre.

Como novedad de esta edición, las longanizas participantes se han diferenciado en tres categorías: mejor longaniza tipo “Pagès”, mejor longaniza tipo Plana de Vic y mejor longaniza sin moho tipo xolís, xorís y otros.

El ganador en la categoría “Mejor longaniza tradicional tipo pagès”, ha sido Albert Santaugini de Carns i Embotits Homs de Sant Hilari de Sacalm.

Los ganadores en la categoría “Mejor longaniza tradicional tipo Plana de Vic” han sido Dani y Toni Molist de Cansaladeria Molist de Manlleu.

El ganador en la categoría “Mejor longaniza tradicional sin moho tipo xolís, xorís y otros” ha sido Josep Lluís Porté de la Carnisseria Porté Estop de Vilaller.



1R PREMI - LLONGANISSA TIPUS PAGES 2021
ALBERT SANTAUGINI - EMBOTITS HOMS - SANT HILARI DE SACALM



1R PREMI - LLONGANISSA SENSE FLORIDURA 2021
JOSEP LLUÍS PORTÉ - CARNISSERIA PORTÉ ESTOP - VILALLER

Campaña "Tu tradición, nuestra manera de hacer"

Desde la marca Carnissers Xarcuters Catalunya impulsamos la campaña Tu tradición, nuestra manera de hacer, es un reflejo de nuestra manera de hacer siguiendo los valores tradicionales y auténticos del sector cárnico, ensalzando el protagonismo de nuestros productos, reforzando nuestra identidad comprometida con la calidad y el cuidando de nuestros clientes.

La campaña sigue el nexo de años anteriores, promocionando los platos preparados que los carniceros y charcuteros elaboran para estas fechas, y durante todo el año.

La presentación consta de un vídeo promocional, material para las redes sociales, posters y un manifiesto.



CARNIMAD

II Encuentro de Mujeres en el Sector cárnico

Tras el éxito del primer encuentro, el día 8 de marzo se celebró la II edición de este evento en el que el foco estuvo puesto en la figura de la mujer como empresaria en un mercado cada día más competitivo. En esta ocasión, debido a las restricciones que había en ese momento por la pandemia, el encuentro se llevó a cabo de manera virtual.

El evento contó con una madrina de honor, Begoña Villacís, Vicealcaldesa de Madrid, quien grabó un vídeomensaje de bienvenida, al no poder acudir a la cita, para mostrar su apoyo y compromiso con el sector y con la igualdad de género en este. Asimismo, María Sánchez, Directora General de Carnimad y Educarme, también ofreció unas palabras en la apertura

del acto, sobre todo haciendo hincapié en el orgullo que sentía por ver tanta y tan buena representación femenina del sector cárnico entre las asistentes y participantes.

La programación del encuentro se abría con la ponencia "Empoderamiento femenino desde el reconocimiento de nuestras fortalezas", de la mano de Esther Mesa, Coach Conferenciante especializada en empoderamiento y liderazgo femenino. Una charla inspiracional y muy participativa, que daba pautas y consejos a las mujeres, para reconocer sus puntos fuertes y empoderarse a través de ellos.

Tras esta charla tuvo lugar una mesa redonda que giró en torno a la mujer empresaria en un mundo digitalizado y que estuvo moderada por la Directora de Comunicación de Carnimad, Laura Alegre, y que contó con la participación de Concepción Díaz de Villegas. Directora de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid; Trinidad Gómez. Directora de SERTINA y Vocal de la Junta Directiva de Carnimad; Miriam López. CEO y Fundadora de Jamón Lovers, reconocida como influencer del jamón; y Úrsula Sánchez. Ganadera y Propietaria de Finca La Marina, Premio Mujer Agro 2019 en la categoría "Juventud".

Para clausurar el acto, Carnimad y Educarme tuvieron el honor de contar, un año más, con el apoyo de la Directora General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, Marta Nieto, quien ya estuviera en la primera edición del evento. La Directora destacó que el sector de la alimentación y del comercio ha mantenido el empleo femenino tras la pandemia, frente a datos muy negativos de desempleo en mujeres de otros sectores. Y, asimismo, manifestó que, desde la Comunidad, seguirán apoyando a las trabajadoras y empresarias del sector, y fomentando la diversidad y la formación en el mismo.



Visita a la Feria del Jamón de Teruel

Miembros de Carnimad, junto con 30 asociados, profesionales de la charcutería de Madrid, visitaron Teruel el fin de semana del 17 y 18 de septiembre, invitados por la D.O.P Jamón de Teruel, para conocer sus jamones y paletas, con el objetivo de introducir estos en el mercado madrileño. Además de la visita a la feria, el encuentro contó con una visita a un secadero y cata de productos.

La primera parada del viaje fue en Monreal del Campo, donde los profesionales charcuteros visitaron un secadero natural, conociendo el proceso de elaboración de un jamón curado. Seguidamente visitaron una granja de porcino donde les explicaron cómo es la producción primaria. Tras una comida entre compañeros, la agenda de actividades continuó con un taller de maridaje de las distintas partes del jamón de Teruel con diferentes vinos, culminando con una visita guiada por la ciudad de Teruel.

El domingo, la propia Alcaldesa de Teruel, Dña. Emma Buj, recibió a los charcuteros madrileños en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Teruel, destacando que el objetivo del encuentro era mostrarles “el amor con el los jamoneros turolenses desarrollan su trabajo, traduciéndose en un producto de primera calidad”.

Después, los asociados de Carnimad realizaron una cata a ciegas de los jamones y paletas que se presentaron al Concurso de Mejor Jamón y Paleta de Teruel, del que resultó ganador Jamones Pastor. En la misma jornada, realizaron un taller sensorial de aromas y acordes con Jamón de Teruel y un taller de corte de jamón a cuchillo. Asimismo se mantuvieron encuentros profesionales con las empresas productoras de jamón presentes en la Feria.

Creación del Sello “Comercio de confianza”

A mediados de 2021 desde el Área de Calidad, Seguridad Alimentaria y Medioambiente se lanzó el sello de “comercio de confianza” para aquellos establecimientos que cumplen con los protocolos necesarios para mantener la salud de clientes y trabajadores y avalado por las auditorias sanitarias que se efectúan desde Carnimad.

Con este sello, los establecimientos se ponen en valor frente al consumidor pudiendo exponer la placa, junto a la cartelería informativa correspondiente.



Educarne recibe la visita de 10 alumnos de charcutería del Máster de Cualificación de Charcuteros del Campus de Oficios y Artesanía del Pays de Loire (Francia)

Durante dos semanas alumnos franceses estuvieron realizando un "stage" en Educarne, a través del cual conocieron desde dentro el sector cárnico español y sus productos; mediante visitas, cursos, talleres, catas e incluso prácticas en establecimientos de proximidad especializados. Tuvieron, de esta manera, la oportunidad de aprender todo lo visto en los talleres y poder conocer como se trabaja en los establecimientos españoles, compartiendo sus experiencias con otros profesionales del sector.



GREMIO DE CARNICEROS DE NAVARRA

XVº Concurso Navarro de Chistorra - Nafarroako XV. Txistorra Lehiaketa

Santiago Molinero Núñez, de carnicería Saijana de Burlada, se ha convertido en el mejor elaborador de txistorra de 2021, al ganar el primer premio del XVº Concurso Navarro de Txistorra celebrado el pasado 24 de octubre.

El segundo ha correspondido a Xabier Sanz Arroniz, de la carnicería Javier de Pamplona y el tercero a José Ignacio Zuazu, de Carnicerías Zuazu de Pamplona. Esta XVª edición representa el regreso de este certamen de referencia que en 2020 no se celebró debido a la pandemia y al que en esta ocasión se han presentado 35 elaboradores artesanos y que ha destacado por la elevada calidad de los participantes.

Organizado por el Gremio de Carniceros de Navarra, la entrega del premio tuvo lugar en la Plaza Alfredo Floristán en el Barrio de La

Milagrosa. Santiago Molinero dedicó el premio a su nieta Iraya que pronto cumplirá tres años y que subió al escenario a abrazar a su abuelo. Santiago Molinero lleva 48 años dedicado a la carnicería artesana en la localidad de Burlada una profesión que ya se ha convertido en tradición familiar. Mostró su alegría por la recuperación de este certamen que supone un reconocimiento "a todos los trabajadores que hacen bien las cosas y a quienes se esfuerzan y ponen todo el cuidado en preservar la calidad de la txistorra". Su secreto, el lograr el equilibrio de sabores y la calidad de los ingredientes. Recordó que algo que sirve de base como es la tripa también marca la diferencia. La entrega del primer premio fue de manos de Luis Zuazu, presidente del Gremio de Carniceros de Navarra, de Marga Cuelli, directora del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y Comercio del Gobierno de Navarra y de Santi Moreno, ganador de la última edición. Entregó el segundo premio Fernando Soto en representación de Caja Rural de Navarra y Rafa Arregui del Txoko del Carnicero.

El tercer premio fue entregado por Carmen Alba, concejala Especial de Turismo del Ayuntamiento de Pamplona e Itziar Inza de INTIA Reyno Gourmet.



GREMIO DE CARNICEROS-CHARCUTEROS DE VALENCIA Y PROVINCIA

Actividades institucionales

En este sentido durante el ejercicio pasado se ha continuado trabajando con la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte - secretaria de la Dirección General de Formación profesional, reuniéndose en diversas ocasiones con D. Manuel Gomicia Giménez, Director de esta área, así como con el Director del Centro de Artesanía

de la Comunidad Valenciana, a quien se ha trasladado también esta problemática, y se está uniendo esfuerzos con Fedacova así como con el Gremio de Panaderos.

El 09 de septiembre el Gremio de Valencia participó en la noche de la economía valenciana

Además, algunos socios del Gremio acudieron a la XXXVII edición de la Feria de Jamón de Teruel

El Gremio fue invitado al "World Cheese Awards" que es el concurso internacional de quesos más reconocido del continente. Organizado por The Guild of Fine Food, los "World Cheese Awards" que reunió a profesionales dedicados al queso y el certamen se celebró en el Palacio de Congresos de Oviedo.

Como integrantes de CONFECOMERÇ, el gremio ha asistido a todas aquellas reuniones en las que se han tratado temas derivados del pequeño comercio y participado en campañas con objeto de dar visibilidad a nuestro sector.

Asimismo, se colaboró con la Dirección General de Comercio en la creación del DÍA DEL COMERCIO LOCAL, que a partir de esta fecha se celebrará cada 25 de octubre. Esta campaña nace dada la importancia que tiene el comercio local en nuestra economía y a petición de las confederaciones de comercio CONFECOMERÇ y UNION GREMIAL.

Cabe destacar que, a través del comercio local, se potencian los canales de venta de proximidad, km.0 y venta directa, canales que permiten general experiencia de compra personalizadas y atender las necesidades de la población.

En este sentido, y gracias al convenio suscrito entre Cedecarne y el MAPA se ha comenzado una campaña que ha supuesto un doble reto a la hora de comunicar y conectar con el cliente. Por un lado, se pretendía desarrollar una campaña de comunicación dirigida a posicionar la imagen de calidad de la carnicería y estimular la elección del formato carnicería hacia cliente final.

En definitiva, los valores que hemos querido potenciar en la campaña han sido el sentimiento de carnicero, de pertenencia al gremio, de orgullo de carnicero, de servicio al cliente, de entrega, de calidad de producto, de tradición y artesanía. Todo ello con un enfoque emotivo que lograra conectar con la gente y llamar su atención sobre tanto ruido, novedad y velocidad de vértigo en la que vivimos actualmente.



Servicios prestados

El Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia y Provincia sabe lo importante que es la formación para sus agremiados y compañeros del sector. Por ello, se han puesto manos a la obra para poder ofrecer formación de calidad como siempre, pero diferente... adaptándose a la nueva era postcovid.

Además, también se ha trabajado con CONFECOMERÇ para la creación de La Acadèmia dels Comerços que es una escuela online donde nuestr@s agremiad@s pueden encontrar las herramientas imprescindibles para digitalizar su negocio y gestionar la comunicación online. Aprende a utilizar WhatsApp business, a diseñar contenidos increíbles o a poner en marcha sus propias campañas de publicidad.

Además durante todo el año se han venido realizando los "cafés del carnicero" en donde se abordan aquellas cuestiones que preocupan y cómo se pueden presentar. Algunos temas tratados son: venta por whatsapp, convenio colectivo, formación en cortes de cordero, etc.

Feria GASTRÓNOMA

El 07 de noviembre dio comienzo la edición del reencuentro de Mediterránea Gastrónoma, una cita muy esperada por todos los profesionales del sector y también por el público gourmet, debido a que este año, volvíamos a reencontrarnos tras un tiempo tan atípico.

El Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia y Provincia contó un año más, en la reapertura de este evento, con un Stand en la plaza del Centro de Artesanía CV, con los proveedores de Augusta Vitricas, La Selva, Valencia Leds y Pagani Chef.

El mostrador que expuso el Gremio en colaboración con los patrocinadores, llamó mucho la atención por lo colorido y las distintas formas que se mostraban, un duro trabajo del cual damos gracias a Fernando de Carnizería el Buen Chentar y a todos los que colaboraron con nosotros y tuvieron un momento para visitarnos.

El Gremio pudo participar en ponencias en la feria, así como en la mesa redonda organizada por Artesanía acerca de la importancia de ser Artesanos.



8



>> Datos del sector

COMERCIO AL POR MENOR DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS
EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS

Encuesta anual de comercio (CNAE-2009). Año 2019

Volumen
de negocio: **4.372** Millones de Euros



22.890
EMPRESAS



4.372.599.000
CIFRA DE NEGOCIO



58.108
PERSONAL
OCUPADO



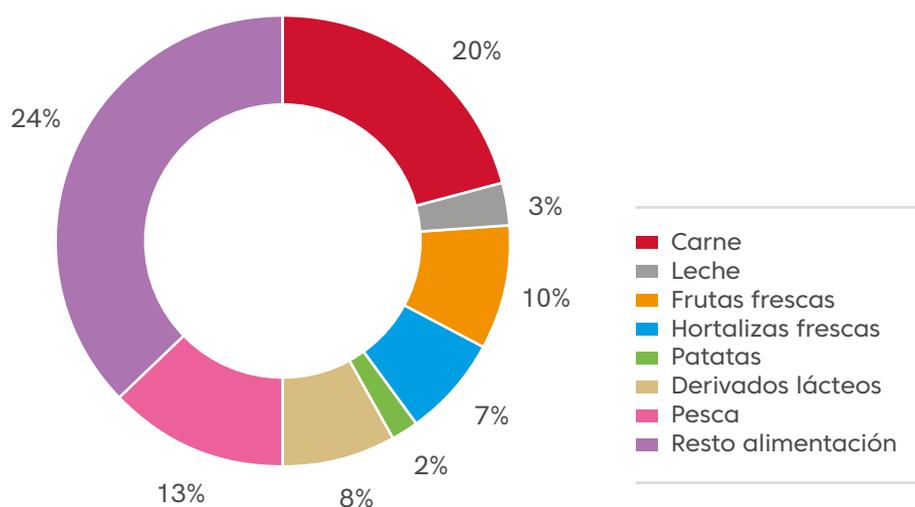
34.531
PERSONAL
REMUNERADO

La distribución del **gasto alimentario 2020**

Todas las cifras recogidas a continuación corresponden a datos de consumo y gasto en el hogar

El gasto total en alimentación en los hogares españoles en 2020 fue de 79.348.253,96 millones de euros, lo que supone un aumento del 1,14% con respecto al gasto de 2019. Esta subida se debe principalmente a los meses de confinamiento de 2020

La distribución del gasto en los últimos años sigue manteniéndose constante, siendo la carne el producto en el que el gasto es mayor, representando el 20% del total.



LA DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS SIGUE MANTENIÉNDOSE CONSTANTE, SIENDO LA CARNE EL PRODUCTO EN EL QUE EL GASTO ES MAYOR, REPRESENTANDO EL 20% .

Evolución del consumo de carne **en hogares por especie** (kg/persona)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Vacuno	5,71	5,61	5,19	4,92	4,85	5,35
Ovino/Caprino	1,70	1,64	1,49	1,37	1,33	1,43
Porcino	10,93	10,73	10,23	10,02	9,64	10,93
Pollo	13,79	13,86	12,99	12,61	12,37	13,65
Otras	6,34	6,54	6,62	5,77	5,64	6,11
Transformadas	11,72	11,73	11,44	11,65	11,41	12,39
TOTAL	50,19	50,11	47,96	46,34	45,24	49,86

Información elaborada por:
Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria
Dirección General de la Industria Alimentaria
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Estructura del gasto (% en euros)

Con respecto al año anterior, el gasto proporcional en carne de porcino y otras carnes se ha incrementado, sufriendo bajadas las carnes transformadas.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Vacuno	16,01	16,08	15,67	15,19	15,13	15,08
Ovino/Caprino	5,53	5,36	5,23	4,83	4,75	4,64
Porcino	20,06	19,09	19,24	19,18	18,98	19,72
Pollo	17,23	17,22	17,16	17,55	17,26	17,12
Otras	10,57	10,90	10,99	10,64	9,04	10,26
Transformadas	30,60	31,34	31,72	32,61	34,84	33,18
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Estructura del consumo (% en kgs)

La distribución del consumo en los hogares españoles está perfectamente definida y en los últimos años no varían los hábitos alimentarios significativamente. La carne de ovino/caprino logra en este último año frenar la caída en su consumo. Sigue aumentando el consumo de carnes transformadas.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Vacuno	11,37	11,20	10,90	10,61	10,73	10,74
Ovino/Caprino	3,40	3,28	3,14	2,95	2,95	2,87
Porcino	21,77	21,30	21,49	21,62	21,30	21,92
Pollo	27,48	27,66	27,29	27,20	27,35	27,37
Otras	12,63	13,09	13,16	12,49	10,11	12,26
Transformadas	23,35	23,4	24,03	25,13	27,56	24,84
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Comparativa entre gasto y consumo

Como en los últimos años, las carnes más consumidas son la de porcino y pollo, siendo el gasto mayor el dedicado a las carnes transformadas.

ESPAÑA	CONSUMO (% Kg)	GASTO (% €)
Vacuno	10,74	15,08
Ovino/Caprino	2,87	4,64
Porcino	21,92	19,72
Pollo	27,37	17,12
Otras	12,26	10,26
Transformadas	24,84	33,18
TOTAL	100%	100%

Evolución de la cuota de venta de carne según el tipo de establecimiento (% en valor)

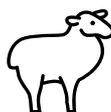
Durante el 2020 se han producido cambios con respecto a años anteriores. La cuota de venta en la carnicería-charcutería aumenta ligeramente tras varios años de caídas. Se hace patente la evolución de la cuota de la venta online que va creciendo año tras año.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carnicería-Charcutería	28,77	28,07	26,97	25,36	21,70	21,90
Supermercado	49,60	50,50	53,91	56,27	60,00	59,40
Hipermercado	12,18	11,93	11,76	11,12	10,80	10,40
Internet		0,64	0,69	0,82	0,90	1,40
Otros	9,44	8,87	6,67	6,43	6,60	6,90
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Evolución de la cuota de venta de carne de VACUNO según el tipo de establecimiento (% en valor)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carnicería-Charcutería	43,76	42,20	41,10	40,68	36,14	36,40
Supermercado	36,76	38,21	40,62	42,85	46,23	44,40
Hipermercado	11,58	11,64	11,74	11,07	11,99	11,10
Internet		0,46	0,54	0,50	0,65	1,40
Otros	7,90	7,48	6,00	4,90	3,36	6,70
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Evolución de la cuota de venta de carne de OVINO/CAPRINO según el tipo de establecimiento (% en valor)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carnicería-Charcutería	45,53	42,66	41,49	40,25	37,92	39,60
Supermercado	31,27	32,81	35,85	39,35	39,65	37,50
Hipermercado	8,92	8,91	10,21	8,28	9,77	9,50
Internet		0,56	0,44	0,32	0,60	1,00
Otros	14,28	15,06	12,01	11,80	12,06	12,40
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Evolución de la cuota de venta de carne de **PORCINO** según el tipo de establecimiento (% en valor)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carnicería-Charcutería	32,28	32,83	31,42	30,22	25,35	25,70
Supermercado	45,55	46,59	50,13	52,16	56,65	55,50
Hipermercado	10,98	10,77	10,22	9,29	10,12	10,00
Internet		0,52	0,60	1,01	0,73	1,20
Otros	11,19	9,29	7,63	7,32	7,15	7,60
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Evolución de la cuota de venta de carne de **POLLO** según el tipo de establecimiento (% en valor)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carnicería-Charcutería	28,12	27,54	26,14	24,16	22,53	22,20
Supermercado	53,33	53,55	57,65	60,31	60,86	60,70
Hipermercado	10,16	9,75	9,56	8,38	9,14	9,00
Internet		0,54	0,63	0,76	0,80	1,40
Otros	8,38	8,61	6,02	6,39	6,67	6,70
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Evolución de la cuota de venta de carne de **TRANSFORMADAS** según el tipo de establecimiento (% en valor)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carnicería-Charcutería	17,15	16,47	15,96	14,49	10,10	10,90
Supermercado	58,41	59,36	62,15	63,80	69,00	67,50
Hipermercado	16,13	15,44	15,39	15,18	14,10	13,60
Internet		0,43	0,93	0,97	1,10	1,60
Otros	8,31	9,86	5,57	5,56	5,70	6,40
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

El gasto y el consumo de carne en España en el año 2020 por Comunidades Autónomas

Comunidades	TOTAL CARNE		VACUNO		OVINO/CAPRINO		PORCINO		POLLO		C. TRANSFORMADAS	
	% Volumen (kg)	% Valor (€)	% Volumen (kg)	% Valor (€)								
Andalucía	17,20	15,89	11,55	10,98	9,26	8,84	17,90	17,37	18,59	17,88	19,76	17,87
Aragón	3,15	3,20	2,82	2,88	6,47	6,37	3,03	3,12	3,21	3,45	2,85	2,76
Asturias	2,25	2,37	2,62	2,65	1,72	1,59	2,42	2,40	2,19	2,10	2,44	2,70
Baleares	2,46	2,41	2,19	2,16	2,31	2,27	2,36	2,29	2,51	2,51	2,33	2,35
Canarias	4,38	4,02	4,82	4,31	0,79	0,73	3,65	3,36	2,76	3,07	4,91	4,27
Cantabria	1,13	1,15	1,60	1,68	0,96	0,92	1,05	1,06	1,16	1,14	1,17	1,10
C. La Mancha	4,89	4,56	3,89	3,89	6,56	5,88	5,30	5,13	4,94	4,61	4,89	4,42
Castilla León	5,97	6,04	7,48	7,40	8,94	8,73	6,61	6,67	5,76	5,59	5,15	5,13
Cataluña	16,01	17,30	15,71	16,69	19,32	20,53	16,23	16,95	15,65	16,80	15,39	17,35
Extremadura	2,10	1,93	1,30	1,23	1,57	1,48	2,28	2,18	2,41	2,30	2,44	2,20
Galicia	6,07	5,94	7,55	7,22	5,29	5,01	7,59	7,28	5,76	5,70	5,19	5,13
La Rioja	0,74	0,74	0,63	0,65	1,12	1,21	0,78	0,74	0,68	0,70	0,67	0,67
Madrid	13,77	14,49	17,95	17,97	14,92	15,91	11,81	12,19	13,69	13,83	14,13	14,99
Murcia	2,76	2,69	1,77	1,84	3,82	3,60	2,61	2,64	2,99	2,80	3,11	2,99
Navarra	1,45	1,55	1,60	1,73	2,03	2,04	1,52	1,58	1,26	1,27	1,24	1,36
País Vasco	4,73	5,49	6,85	8,09	4,42	4,62	4,27	4,55	4,75	5,18	4,61	5,20
Valencia	10,78	10,22	8,64	8,63	10,51	10,29	10,60	10,50	11,70	11,07	9,71	9,53
TOTAL	100%	100%	100%	100%								



El gasto y el consumo de carne en España en el año 2020 por Comunidades Autónomas (en hogares)

Comunidades	TOTAL CARNE		VACUNO		OVINO/CAPRINO		PORCINO		POLLO		C. TRANSFORMADAS	
	Consumo per cápita (Kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (Kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (Kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (Kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (Kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (Kg)	Gasto per cápita (€)
Media nal.	49,86	349,54	5,47	50,05	1,43	14,70	10,93	68,94	13,65	59,84	12,39	115,97
Andalucía	45,47	294,56	3,28	30,68	0,70	7,07	10,37	63,49	13,48	56,61	12,98	109,88
Aragón	55,36	394,48	5,34	53,61	3,27	30,28	11,70	75,83	15,39	71,67	12,47	113,12
Asturias	48,11	354,81	6,02	59,91	1,05	14,25	11,31	70,96	12,38	51,75	12,95	134,17
Baleares	53,93	370,91	5,16	50,05	1,45	12,60	11,34	69,65	15,50	69,95	12,73	119,82
Canarias	44,99	289,37	5,33	46,81	0,23	2,65	8,21	47,72	8,43	42,17	12,53	109,90
Cantabria	47,69	339,84	7,23	74,47	1,16	10,61	9,66	61,50	12,20	53,93	12,19	107,36
C. La Mancha	53,26	348,46	4,54	44,80	2,05	21,00	12,64	77,26	14,48	59,55	13,24	111,94
Castilla León	57,49	407,76	7,73	75,25	2,47	26,96	13,94	88,83	14,21	60,82	12,32	114,81
Cataluña	51,90	339,21	5,47	57,19	1,80	18,45	11,53	75,95	13,80	59,84	12,39	130,84
Extremadura	41,74	269,48	2,77	25,92	0,90	9,83	9,95	60,00	11,83	47,78	12,06	101,65
Galicia	51,80	355,49	6,92	65,14	1,30	15,36	14,19	85,93	13,04	55,80	11,00	101,73
La Rioja	52,17	367,33	4,82	48,81	2,29	22,65	12,04	72,49	14,31	64,74	11,87	110,42
Madrid	49,59	365,89	6,95	68,42	1,54	16,24	9,33	60,70	13,73	60,47	12,65	125,56
Murcia	45,20	309,27	3,27	31,90	1,80	13,15	9,38	59,83	12,90	54,68	12,67	113,87
Navarra	56,20	420,34	6,67	58,02	2,26	13,81	12,92	84,47	15,11	69,37	11,98	122,93
País Vasco	53,12	416,36	8,79	70,81	1,37	14,81	10,12	68,02	14,17	67,45	12,39	130,80
Valencia	50,51	335,78	4,46	42,74	1,42	15,47	10,88	68,02	15,56	65,01	11,30	103,90



cede carne

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE DETALLISTAS DE LA CARNE