

El proyecto 'LIFE-Valorlact' desarrolla nuevos prototipos de alimentos a partir del lactosuero de queserías

- La iniciativa, financiada por el programa Life de la comisión Europea, supone una nueva oportunidad de negocio para el sector quesero y de producción de alimentos para consumo humano y animal
- El aprovechamiento integral del lactosuero aporta valor a la industria alimentaria y reduce la contaminación por vertidos
- Se han ensayado diversas tecnologías de filtración y secado que han permitido obtener concentrados de lactosuero y proteínas lácteas
- Un queso loncheable, salsa de queso, bebida con zumo de fruta y un producto soluble con sabor a chocolate son los nuevos prototipos de alimentos que se han desarrollado con los concentrados obtenidos.
- Gobierno Vasco, AZTI, NEIKER-Tecnalia, BM Ingeniería y Iberlact participan en 'Valorlact'

La Unidad de Investigación Alimentaria de AZTI ha logrado obtener una serie de prototipos de alimentos a partir del lactosuero generado en las queserías, lo que permite dar una salida comercial a un producto orgánico que habitualmente es tratado como un residuo y que puede resultar contaminante si no es tratado adecuadamente. Por su parte, el centro tecnológico NEIKER, ha desarrollado diversos prototipos de piensos para consumo animal con una proporción de entre un 6% y un 12% de lactosuero en su composición.

Esta investigación se enmarca dentro del [proyecto 'Valorlact'](#),

financiado por el Programa Life+ de la Comisión Europea y cuya finalidad consiste en que el lactosuero de queserías deje de ser considerado como un residuo y pase a formar parte de la cadena alimentaria, lo que supone una nueva oportunidad de negocio para los sectores quesero y de producción de alimentos. La coordinación general de la iniciativa corresponde a la Dirección de Calidad e Industrias Alimentarias del Gobierno Vasco, la coordinación técnica a AZTI, mientras que el resto de participantes son NEIKER-Tecnalia, BM Ingeniería e Iberlact. También se cuenta con la colaboración de queserías de la CAPV, como son Aldanondo en Agurain, Vascolac, en Zamudio, y HAZI Artzain Eskola, en Arantzazu.



El lactosuero de quesería es el líquido resultante de la coagulación de la leche en el proceso de fabricación del queso, tras la separación de la caseína y la grasa. Por cada queso elaborado se generan unos 8 litros de lactosuero, constituido por componentes de alto valor nutricional como proteínas, azúcares y sales. Uno de los objetivos de [‘Valorlact’](#) es demostrar que es posible reciclar más del 80% del lactosuero proveniente de pequeñas y medianas queserías vascas, mediante la elaboración de nuevos productos alimenticios, piensos y la obtención de biogás.

Se han ensayado diversas tecnologías de filtración y secado

que han permitido obtener concentrados de lactosuero y de proteínas lácteas. A partir de estos concentrados **se han desarrollado 4 prototipos de alimentos: un queso loncheable, salsa de queso, bebida con zumo de fruta y un producto soluble con sabor a chocolate.** Estos nuevos alimentos forman parte de los primeros resultados de 'Valorlact', proyecto iniciado en julio de 2012, y actualmente están siendo validados mediante estudios de vida útil y catas de consumidores. La intención final es transferir a la industria alimentaria la tecnología necesaria para desarrollar estos productos, lo que supone aportar valor al sector y diversificar sus actividades.



La industria de alimentación animal también tendrá una nueva oportunidad de negocio gracias a 'Valorlact'. Los investigadores de NEIKER-Tecnalia han elaborado diversos prototipos de piensos para ovejas, gallinas y pollos. Los resultados indican que la inclusión de lactosuero en el pienso con porcentajes en torno a un 6% y un 12% mejora el rendimiento en todos los parámetros analizados: tasa de puesta, ingesta diaria, índice de conversión y ganancia de peso. La inclusión de lactosuero permite disponer de una materia prima de bajo coste frente a otros productos con gran

variabilidad en su disposición y precio.

Planta piloto de demostración

Otro de los resultados de 'Valorlact' es la puesta en marcha de una planta piloto de demostración en la quesería Vascolac, ubicada en Zamudio (Bizkaia), en la que se realizan las pruebas experimentales de cada una de las tecnologías investigadas. La planta cuenta con una zona de filtración para la obtención de concentrados de proteína a partir de lactosuero y una zona de producción de biogás (metano) a partir del permeado resultante del proceso de filtración.

Con la información obtenida desde el inicio del proyecto, se pretende llevar a cabo durante este año un Plan de Acción para la valorización del lactosuero en el País Vasco, que incorpore las posibles opciones de valorización para las diferentes queserías. El plan será evaluado desde el punto de vista de su viabilidad técnica, económica y ambiental y estará consensuado con el sector quesero y con otros agentes implicados en su implementación, como la Administración, empresas y asociaciones agropecuarias, entre otros.

El lactosuero de quesería constituye el principal subproducto de la industria láctea y su alto contenido en materia orgánica lo convierte en un importante contaminante. Las pequeñas y medianas queserías del País Vasco no cuentan actualmente con infraestructuras que les permitan gestionar y dar valor al lactosuero, por lo que 'Valorlact' les resultará de gran utilidad para dar una salida sostenible y comercial a este subproducto. Igualmente, les facilitará cumplir con la legislación ambiental y reducir los costos derivados de los vertidos.

En el siguiente video se explican de forma sintética el proyecto y las diferentes soluciones aportadas para el aprovechamiento del lactosuero:

<https://www.youtube.com/watch?v=QNac70AUQGQ>

AZTI finaliza con éxito el proyecto europeo SENSE: Un paso adelante en la producción y distribución sostenible de los productos alimenticios

Contribuir a que el sector de alimentos y bebidas lleve a cabo una producción, transformación y distribución de sus productos de una forma ambiental y socialmente sostenible ha sido el objetivo del proyecto europeo SENSE. El centro tecnológico AZTI ha coordinado esta iniciativa comunitaria, enmarcada dentro del VII Programa Marco de la Unión Europea y en la que han participado 23 socios, entre los que se encuentran empresas, asociaciones alimentarias y centros de investigación de 12 países europeos.

La industria agroalimentaria supone entre el 20 y 30 % del impacto ambiental asociado a los bienes y servicios de las actividades humanas. Datos como estos ponen de manifiesto la necesidad de contar con herramientas que ayuden a reducir el impacto ambiental de las bebidas y alimentos a lo largo de su cadena productiva, abarcando desde la producción primaria y transformación, hasta su distribución comercial. El [proyecto SENSE](#) (Sostenibilidad Ambiental Armonizada para la Cadena Europea de Alimentos y Bebidas) ha reunido a investigadores, productores, transformadores y distribuidores del sector, con el fin de lograr una metodología armonizada e integral que

sirva para evaluar de manera precisa y ágil el impacto ambiental de los productos alimenticios. Ver video de presentación del proyecto: <https://vimeo.com/51922000>

Los integrantes de SENSE se han centrado en crear una metodología aplicada a los sectores de zumos, lácteos, cárnicos y acuicultura, elegidos por su relevancia en el mercado europeo. La metodología resultante reúne las siguientes características: puede ser implantada con facilidad en empresas alimentarias independientemente de su tamaño y que, a su vez, ayuda a los consumidores a identificar en el mercado aquellos productos comprometidos con la sostenibilidad del medio ambiente.

El proyecto, que se ha desarrollado a lo largo de 3 años, ha seleccionado los mejores sistemas de análisis de impacto ambiental adaptados a la industria alimentaria, y ha desarrollado un nuevo sistema simplificado para la evaluación de la sostenibilidad trazable a lo largo de la cadena de producción. Se ha conseguido un procedimiento que integra tanto el respeto al medio ambiente como los aspectos sociales de las cadenas de producción de alimentos.

Entre los resultados obtenidos en el proyecto, destacamos los siguientes:

- Definición de los indicadores clave de rendimiento ambiental adaptados a la industria alimentaria
- Desarrollo de la herramienta SENSE para evaluar la sostenibilidad ambiental y social de las PYMEs
- Documento de Identificación Ambiental (Environmental Identification Document-EID) y plataforma de comunicación
- Validación de la herramienta en más de 25 casos reales con empresas
- Hoja de ruta con propuestas de sinergias entre las diferentes iniciativas e instrumentos relacionados con la política de sostenibilidad que están desarrollándose actualmente para el sector alimentario

Herramienta SENSE

La herramienta SENSE ha sido concebida para facilitar a las PYMEs alimentarias como mostrar a sus clientes, proveedores y sociedad sus logros en las mejoras en sostenibilidad ambiental y social de sus productos, de forma simple y con un coste bajo. De esta manera, permitiendo a las empresas que puedan demostrar sus capacidades y compromiso para medir los impactos, se está facilitando la posibilidad de reducir a su vez impactos y costes, fomentar la eficiencia y mejorar su competitividad y acceso a nuevos mercados. También se está ayudando a dar respuesta a las expectativas político-sociales y de la cadena de suministro para disponer en el mercado de productos más sostenibles y facilitar su elección por parte de clientes y consumidores. Este video explica de forma muy sencilla la herramienta SENSE: <http://vimeo.com/108566114>

La nueva metodología ha sido ya testada con notable éxito en diversas empresas del sector lácteo, cárnico, de acuicultura y de zumos de frutas. En el siguiente video se muestran los testimonios de algunas de las empresas que han validado la herramienta, donde describen la gran utilidad que ven a la herramienta para su actividad: <https://vimeo.com/119762643>

Gracias al proyecto SENSE se ha desarrollado un innovador sistema integrado de análisis de sostenibilidad para el sector alimentario que supone un gran avance a la hora de calcular y comparar de manera ágil y precisa el impacto ambiental de los productos alimenticios. Además, el lograr un sistema de comunicación fiable y robusto supone una mejora notable para aquellas empresas que estén reduciendo el impacto ambiental de su actividad.

Open Conference final en Bruselas



El proyecto SENSE concluyó el pasado mes de enero con la celebración de la [OPEN Conference final](#) en Bruselas el 22 de enero de 2015, que contó con 55 participantes y ponentes de primer nivel, como representantes de la Comisión Europea, socios de SENSE y empresas del sector alimentario validadoras de la herramienta. En esta jornada se explicaron los principales resultados del proyecto y se expusieron los casos de éxito de las empresas que han validado la herramienta. Además de ello tuvieron lugar 3 paneles de discusión con representantes de los agentes más importantes en cada una de las tres temáticas analizadas:

- **Panel discussion on Policy recommendation:** con la participación de WWF European Policy Office, FEFAC, Strategic Advisor at Ministry of Economic Affairs-Netherlands.
- **Panel discussion on Sustainability label and certifications:** con la participación de Rainforest Alliance, AIJN, y Eurocoop.
- **Panel discussion on Food for thought:** future thinking for SMEs to show their sustainability credential. Con la participación de FEAP, CLITRAVI, SGF y OCU.



JORNADA Oportunidades de financiación de la I+D+i en el ámbito europeo

En esta jornada, dirigida a la Industria Alimentaria, presentaremos las posibilidades que existen en el ámbito europeo para financiar la I+D+i en el marco del programa Horizonte 2020.

Contaremos con la participación de representantes del CDTI y de empresas del sector que compartirán su positiva experiencia en las primeras convocatorias de H2020.

Las empresas que lo deseen, podrán además contrastar, a través de una entrevista personal con CDTI y AZTI, sus ideas de proyecto y el posible encaje en los instrumentos presentados.

La jornada será el próximo 18 de febrero de 2015 de 10.00 a 14:30 h en la sede de AZTI del Parque Tecnológico de Zamudio, Bizkaia.

[Acceso al programa](#)

Más información e inscripciones:

Merixel González Intxausti

megonzalez@azti.es ... 94 657 4000

Celebración en Madrid de la 1ª Mesa de Contraste del proyecto LIFE ECOLAC

El pasado 28 de enero se celebró en Madrid la **1ª Mesa de Contraste del [Proyecto LIFE ECOLAC](#)** con objeto de presentar los objetivos y los resultados que se esperan obtener de este proyecto a todos los sectores implicados. El grupo de trabajo estuvo formado por representantes de la industria láctea, una asociación del sector ganadero lácteo, una asociación del consumidor, una entidad experta en análisis del mercado del consumidor, representantes del sector de la distribución y de la administración pública. Cada uno de los agentes invitados expuso su opinión desde el punto de vista del sector al que pertenecen y con el conocimiento de primera mano de la situación actual del mismo. Toda esta información será tenida en cuenta en el desarrollo de las siguientes fases del proyecto.



El proyecto [LIFE ECOLAC](#) persigue prevenir y disminuir el impacto ambiental asociado a la fabricación de productos lácteos favoreciendo el Ecodiseño de alimentos mediante el uso de una herramienta software específicamente adaptada a las peculiaridades del sector.

Este proyecto está enmarcado dentro del Plan de Acción de la Unión Europea sobre el consumo y producción sostenible y pretende abordar la problemática ambiental asociada a los productos lácteos.

Los principales objetivos del proyecto son:

- Facilitar la incorporación de estrategias de mejora ambiental mediante una herramienta de ecodiseño de producto, y
- Realizar una sensibilización activa de los consumidores para fomentar la compra responsable

El proyecto comenzó en julio de 2014 y finalizará en septiembre de 2017.

El sector de los zumos y néctares se reúne en torno a

La innovación y la calidad de sus productos

- *Además de detallar las nuevas oportunidades de la industria, se han analizado las diferentes tendencias en la industria de zumos y néctares en España*
- *Durante el evento se han presentado los resultados 2013 de la campaña española de autocontrol AEAZN y la campaña europea EQCS de zumo de uva*

La [Asociación Española de Autocontrol de Zumos y Néctares \(AEAZN\)](#) y la [Asociación Española de Fabricantes de Zumos \(Asozumos\)](#), con el patrocinio de Ecolean, han organizado un año más el **seminario sobre la 'Calidad e innovación en el sector de los zumos y néctares'** con el objetivo de analizar la situación del sector y conocer las nuevas tendencias y oportunidades para afrontar el futuro de la industria. Esta jornada se celebró el pasado 19 de noviembre en Madrid.



Ricardo Moreno, presidente de AEAZN, indicó en su intervención que “el control de la calidad y autenticidad de los zumos y néctares que está realizando el propio sector, resulta básico para el fortalecimiento de su imagen a nivel exterior y hace que pueda continuar con los actuales volúmenes de exportación e incluso consiga incrementar sus resultados en este sentido”

El sector de zumos y néctares está formado por más de 50

empresas, entre envasadores de productos listos para consumo y transformadores de materia primera, y da empleo directo a más de 4.000 personas, además de generar otra decena de miles de empleos indirectos. Además, en España se consumen 985,3 millones de litros de zumos y néctares y se exportan casi 725.000 toneladas (aproximadamente unos 670 millones de euros) datos que la convierten en una economía tractora de muchos sectores, especialmente de la producción agraria de frutas y hortalizas.

Para Javier Lorenzo, presidente de Asozumos, “el consumo de zumos y néctares en nuestro país ha evolucionado de distintas maneras en preferencias en los últimos años y nuestro sector se ha adaptado a los tipos de productos demandados o a los canales de comercialización”.

Debido a la importancia que ese sector tiene en la agroindustria, este seminario se ha convertido en un punto de encuentro para todos los que forman la cadena de producción y comercialización de los zumos y néctares, mostrando la situación real de esta industria y luchando por desmitificar las falsas creencias alrededor de este tipo de productos.

El seminario ha contado con representantes de empresas y organismos públicos (Tetra Pak, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Döhler, Silliker Ibérica, SGF/IRMA) que se han encargado de presentar las novedades tecnológicas, metodológicas, analíticas, legales, en I+D+i o en Responsabilidad Social Corporativa que se desarrollan en el ámbito sectorial de la industria de zumos.

[Acceso a la Nota de Prensa del seminario](#)

Basque Ecodesign Meeting 2014: lunes 17 de noviembre en Bilbao

En el marco del [Basque Ecodesign Meeting 2014](#) que tendrá lugar el próximo lunes, 17 de Noviembre, en el Palacio Euskalduna de Bilbao, el centro tecnológico AZTI se encargará de dinamizar la mesa sobre **“Ecodiseño en el Sector de transformación de alimentos”** (Sesión 7, mesa de debate 2. De 16:20 a 17:05. [Ver programa de la sesión aquí](#)).

Esta mesa de debate planteará a los participantes cuestiones relacionadas con el punto de vista del sector de la transformación y procesado de alimentos y su implicación en la innovación ambiental, tratando de identificar retos y oportunidades del propio sector, así como estrategias de futuro. Se debatirán qué beneficios reporta a la empresa la sostenibilidad ambiental, aspectos que se consideran críticos para la sostenibilidad y estrategias que pueden asegurar la sostenibilidad a futuro. En esta mesa de debate se contará con la participación de productores de diversas tipologías de alimentos, que realizarán una puesta en común desde su punto de vista profesional.

Del mismo modo, durante el encuentro de investigadores el centro tecnológico AZTI participarán en la mesa de debate **“Perspectiva de consumo final de alimentos”** (Sesión 7, mesa de debate 3. De 17:10 a 17:50). En esta mesa de debate se tratará el enfoque de la sostenibilidad ambiental junto con los participantes que más cerca se encuentran del consumidor final. En esta mesa se debatirá qué puede hacer el sector de la distribución para dar mayor valor a los productos más sostenibles.

También se debatirá la posición del consumidor responsable,

las características que lo definen, y pautas para su progresivo aumento. Se contará con la presencia de responsables de cadenas de distribución y organizaciones de consumidores, que expondrán sobre la mesa sus opiniones al respecto.

Sobre Basque Ecodesign Meeting

El [Basque Ecodesign Meeting 2014](#) es un evento internacional sobre Ecodiseño que reúne a empresas líderes con amplia trayectoria en la aplicación de esta metodología: a la administración pública como agente dinamizador, a la universidad y a numerosos especialistas en esta disciplina.

Está organizado por el Departamento de Medio Ambiente y Planificación Territorial del Gobierno Vasco, a través de su sociedad pública Ihobe, y por el Basque Ecodesign Center, integrado por las empresas CIE Automotive, Eroski, Euskaltel, Fagor, Gamesa, Iberdrola, Ormazabal y Vicinay Cadenas.

La mitad de las personas mayores acepta de buen grado el consumo de nuevos alimentos

La mitad de las personas mayores acepta de buen grado el consumo de nuevos alimentos, al mismo tiempo que exigen que sean de calidad y que respeten ciertos sabores tradicionales. Esta es una de las conclusiones de un estudio realizado por [AZTI](#) para descubrir las preferencias alimentarias de este grupo de consumidores, cada vez más numeroso. El objetivo final de la investigación es conocer la percepción sensorial

de los mayores en relación con los alimentos, con el fin de diseñar nuevos productos alimentarios que satisfagan sus necesidades y expectativas. El estudio se enmarca dentro del proyecto “Senior: nuevos productos de alimentación preventiva para personas mayores” financiado por el Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad del Gobierno Vasco y ha contado con la participación de varios grupos de personas entre 40 y 80 años.

En los últimos años el concepto de envejecimiento se afianza como un estadio de la vida cada vez más asociado a un estilo de vida activo, donde la calidad de vida es la pieza clave.

Estamos ante un público que es cada vez mayor en número en nuestra sociedad, y afloran grandes necesidades no cubiertas y en aumento. De ahí que el gran reto que se abre sea el diseño y desarrollo de productos específicos para cubrir estas carencias identificadas y que lleguen al público objetivo pero de una forma sutil y con mensajes optimistas.

Las personas mayores están consideradas como consumidores tradicionales, pero el estudio de [AZTI](#) pone de manifiesto que cada vez son más los mayores que tienen una alta aceptación hacia nuevos alimentos. Eso sí, exigen que las nuevas propuestas se asemejen o evoquen a los productos y sabores tradicionales y que, al mismo tiempo, sean saludables, presenten un perfil nutricional adecuado para su edad y que sean sabrosas.

Con el fin de conseguir nuevos alimentos adaptados a las necesidades de la población de más de 65 años, AZTI –en colaboración con el grupo de sociólogos de ADIMEN y con el apoyo de cocineros del equipo de I+D AZTI y Mugaritz– trabajan en el desarrollo de varios prototipos de alimentos. La investigación se está extendiendo igualmente a la búsqueda de nuevos alimentos destinados a las personas de entre 40 y 50 años (lo que se denomina pre-senior y young senior).

Uno de los aspectos clave en la búsqueda de nuevos alimentos

es que el momento de comer se convierta en un momento de placer. Los técnicos y cocineros del equipo de I+D AZTI-Mugaritz buscan combinaciones de aromas, sabores y texturas que evoquen recuerdos placenteros ligados a la comida. Se trata en definitiva de relacionar la comida con momentos de felicidad.

Los resultados, fruto de la interacción entre metodologías de las ciencias sensoriales y del consumidor junto con otras más clásicas de comportamiento sociológico, han evidenciado que el 50% de los senior consultados tiene una alta aceptación hacia nuevos alimentos.

La investigación de AZTI para conocer a los consumidores senior refleja, por otro lado, el importante grado de preocupación por la salud de las personas de entre 50 y 70 años. Con preocupaciones de distinto grado, este grupo busca en los alimentos una solución para prevenir los problemas que van surgiendo con la edad. Entre las enfermedades identificadas en el estudio, como las que más preocupan a este segmento de población, se encuentran las cardiovasculares, el cáncer y las relacionadas con la salud digestiva.

El centro tecnológico considera que la personas mayores representan un grupo de gran interés para la industria alimentaria, ya que se trata de un público con capacidad de compra y dispuesto a consumir nuevas propuestas. Para aportar nuevas iniciativas a este sector, AZTI trabaja en el diseño de nuevos alimentos que no renuncien al sabor y la tradición, y que vayan acompañados de un etiquetado con mensajes claros y que detalle todos los beneficios que su consumo puede reportar. En este sentido, el estudio de AZTI revela que el consumidor senior no se siente identificado con los productos que hay actualmente en el mercado. En concreto, el estudio revela que los mensajes de las etiquetas no responden a sus necesidades ni coinciden con la percepción que tienen hacia su propia salud.

Seniors: un mercado en crecimiento

A medida en que avanza el envejecimiento de la población, las personas de más de 60 años se están convirtiendo en un segmento cada vez más importante para muchas industrias, también la de la alimentación. Dar con los alimentos e ingredientes que respondan a las necesidades de este nuevo mercado serán clave en el futuro cercano, y ese es el reto al que tratará de responder la segunda edición del [simposio Growing Young](#), organizado por AZTI y que se celebrará en Bilbao los días 26-27 de mayo de 2015.

AZTI lidera el proyecto europeo PROVALUE que presenta sus resultados en noviembre

- Ocho jornadas en España, Francia y Portugal divulgarán las conclusiones de este proyecto dedicado a la valorización de subproductos agroalimentarios.
- Los encuentros están dirigidos a empresas del sector agroalimentario y de valorización de productos que quieran conocer soluciones innovadoras.

El sector agrolimentario y los centros de investigación y empresas que trabajan en la valorización de subproductos podrán conocer los resultados del proyecto europeo PROVALUE en ocho jornadas de difusión que se van a celebrar durante el mes de noviembre. El proyecto está liderado por AZTI, centro tecnológico experto en innovación marina y alimentaria, y lleva por título "Promoción y capitalización de soluciones de

valorización de residuos en la industria agroalimentaria del SUDOE". La iniciativa ha sido financiada por el programa Interreg IVB SUDOE de la Unión Europea para dar respuesta a las necesidades de valorización de los residuos agroalimentarios, lo que contribuirá a potenciar la competitividad de todo el sector agroalimentario e impulsar el desarrollo de la Bioeconomía en España, Francia y Portugal.

En las jornadas de PROVALUE se presentarán los resultados más relevantes del proyecto y las innovadoras soluciones de valorización desarrolladas para nueve casos reales de subproductos de la industria alimentaria. Las empresas que acudan a las jornadas podrán identificar la solución de valorización más adecuada para cada tipo de residuo objeto de estudio y evaluar los costes de implantación de cada solución. De este modo, las compañías reforzarán su competitividad y capacidad de innovación, y reducirán su impacto ambiental. Las jornadas se celebrarán en Mengibar (Jaén, 4 nov.), Lepe (Huelva, 5 nov.), Logroño (11 nov.), Guimarães (Portugal, 14 nov.), Murcia (18 nov.), Valencia (19 nov.), Barcelona (20 nov) y Toulouse (Francia, 28 nov.). La jornada final de difusión del proyecto PROVALUE tendrá lugar en Madrid durante los días 16 y 17 de diciembre.

Dentro del programa se presentará el "Polo de excelencia sobre la valorización de subproductos de la industria agroalimentaria", que tiene por objeto centralizar y promover el contacto entre los agentes implicados en la valorización de los subproductos de la industria agroalimentaria del espacio SUDOE. De esta forma, el Polo facilitará la implantación y el desarrollo de nuevas opciones de valorización y favorecerá la gestión sostenible de subproductos, así como la convergencia hacia un escenario futuro de cero desperdicios.

AZTI lidera el proyecto PROVALUE en colaboración con otros ocho socios.

Este proyecto amplía el alcance técnico del proyecto VALUE -

aprobado en la convocatoria SUDOE anterior y enmarcado en el sector de transformados vegetales- a subsectores generadores de un significativo volumen de subproductos: transformados vegetales vino y aceite incluidos), transformados cárnicos y transformados de pescado, todos ellos altamente representativos del sudoeste europeo. Se pretende así facilitar soluciones concretas de valorización de residuos aplicables y viables a todo el tejido empresarial agroalimentario y crear una masa crítica de innovación en este ámbito que permita seguir desarrollando soluciones más efectivas.

La asistencia a las jornadas es gratuita y se puede encontrar más información de cada una de ellas en la web del proyecto: <http://www.provalueproject.eu>

Jornadas de difusión de resultados del proyecto PROVALUE:

4/11/2014 Mengíbar (Jaén)

5/11/2014 Lepe (Huelva)

11/11/2014 Logroño

14/11/2014 Guimarães (Portugal)

18/11/2014 Murcia

19/11/2014 Valencia

20/11/2014 Barcelona

28/11/2014 Toulouse (Francia)

Jornada Final y Lanzamiento del Polo: 16-17/12/2014 Madrid.

La demanda de productos con

etiquetado limpio sigue creciendo en Europa

Ingredion demuestra mediante su nuevo estudio [The-Clean-Label-Guide-To-Europe](#) la importancia del movimiento “Clean Label” o “etiquetado limpio” en Europa. El consumidor entiende por productos con etiqueta limpia aquellos posicionados como “natural”, “orgánico” o “sin aditivos/conservantes”.

Los consumidores europeos cada vez prestan más atención a la composición de los productos alimenticios que compran y también a cómo se comunica ésta en el envase. Se prefieren alimentos más naturales, menos procesados y elaborados con ingredientes de origen natural que contribuyan a una etiqueta limpia. Evitar los aditivos se ha convertido además en una prioridad para muchos consumidores y se valora la transparencia así como valores artesanales de los alimentos y bebidas.

Los fabricantes de alimentos y bebidas se han dado cuenta de la importancia de este fenómeno Clean Label y muchos de ellos están posicionando sus nuevos lanzamientos con este claim.

El estudio llevado a cabo por MMR Reseach bajo petición de Ingredion se ha basado en la entrevista realizada a más de 2.800 consumidores de 9 países europeos (incluido España) con el fin de recabar información acerca de los hábitos de compra de los consumidores y las declaraciones y mensajes impresos en los envases de alimentos y bebidas.

The Clean Label Guide to Europe



Algunas conclusiones interesantes del estudio:

- En el año 2013 el 27% de los nuevos productos lanzados en Europa tuvieron etiqueta limpia
- El número de consumidores que considera la lista de ingredientes como muy importante ha aumentado en un 3% entre 2011 y 2013, y ahora es el segundo factor más importante de compra, después de precio.
- El 78% de los consumidores europeos cita la lista de ingredientes como importante en su decisión de compra, mientras que sólo el 53% considera la marca de fabricante como un factor importante.
- Algunos países son más maduros cuando se trata de el movimiento de etiqueta limpia, como es el caso del Reino Unido. En otros países, como Rusia o Polonia, el movimiento Clean label está bastante menos desarrollado, existiendo mayores oportunidades de diferenciación de producto frente a la competencia gracias a la etiqueta limpia.

Acceso a la guía actualizada: [The-Clean-Label-Guide-To-Europe](#)

Jornada **#Anticipa2:** Tendencias y orientaciones en el consumo alimentario

¿Es posible anticipar los nuevos hábitos de consumo? Sí, si se dispone de la herramienta adecuada.

En el marco del Programa de Alta Formación para Gestores de Empresa de la Cadena Agroalimentaria, Jornada#Anticipa2, AZTI-Tecnalia presentará el proyecto “The Food Mirror: inteligencia colectiva y colaboración con el consumidor para la innovación alimentaria”.

En la jornada se abordarán nuevas formas de realizar investigación estratégica de mercado, centrado en la identificación y estudio de tendencias y microtendencias, y sus implicaciones para el sector alimentario en un entorno global cambiante.

El evento tendrá lugar el próximo 23 de octubre, de 10 a 12 horas, en el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Salón de actos de la sede Atocha, Paseo Infanta Isabel, nº 1).

Inscripción gratuita. Más información [Aquí](#)