

En Vigo, a las 17:00 h, del 1 de octubre de 2018 se reúnen, previa convocatoria practicada al efecto, las siguientes personas

D. Alberto Posada en representación de **COINBA, S.L.**  
D. Angel Flores en representación de **BACALAO ALEJANDRA, S.L.**  
D<sup>a</sup>. Silvia Ayestaran y D. Erik Braune en representación de **BISCAY SEAFOOD, S.L.**  
D. Adolfo Giraldo en representación de **BACALAO GIRALDO, S.L.**  
D. Juan Ignacio Monfort en representación de **COPESCO & SEFRISA, S.A.**  
D. José M<sup>a</sup> Barrio en representación de **BACALAO CONCHAMAR, S.L.**  
D. Alberto Santiago en representación de **BACALAO SANTYMAR, S.L.**  
D<sup>a</sup>. Montserrat Martínez en representación de **FROITOMAR, S.L.**  
D. Andres Espinosa y D. Jose A. Sanchez en representación de **UBAGO GROUP MARE, S.L.**  
D. Bjorn-Erik Stabell y D<sup>a</sup> María González en representación **del CONSEJO DE PRODUCTOS DEL MAR DE NORUEGA**  
D. Mikel Ojanguren Martinez, **Presidente de ANFABASA** en representación de **ARTE MORHUA, S.A.** y por delegación representa a **BACALAO EGUILLOR, S.A.**  
D. Juan Manuel Vieites Baptista de Sousa en representación de **ANFABASA y ANFACO-CECOPECA.**  
D. Roberto Alonso y D. Carlos Ruiz, en representación de **ANFACO-CECOPECA.**

## **ASUNTOS ABORDADOS**

### **1. Cierre y Aprobación del Orden del Día. Aprobación del acta de la reunión anterior.**

Se aprueba el orden del día propuesto sin modificaciones. Se da lectura a las normas básicas de competencia. Se aprueba el acta de la última reunión celebrada el 11.4.2018.

### **2. Informe de altas y bajas de asociados**

Se da cuenta de la baja forzosa de RICARDO SUESCUN, S.A. permaneciendo NORD KING, S.L dentro de la asociación. Con ello la asociación, actualmente, cuenta con 29 asociados.

### **3. Desarrollo de acciones promocionales; página web, recetario y concurso**

Sobre las acciones de promoción del 2018, y sobre la web [www.anfabasa.com](http://www.anfabasa.com) se exponen los resultados de las acciones desarrolladas según el plan de trabajo acordadas durante la asamblea general del 11 de abril:

- Se ha dinamizado y actualizado la web-blog de ANFABASA y sus redes sociales desde enero hasta septiembre. Para ello, se han publicado contenidos con una frecuencia de 1 post por semana en el web-blog y 5 post por semana en el Facebook informado sobre el bacalao mediante noticias, recetas, presentaciones del producto, así como información acerca de las cualidades culinarias y nutricionales del bacalao, lo que ha permitido alcanzar y elevar el interés de los potenciales consumidores del producto en las redes sociales. Con ello la web ha tenido unos 6000 visitantes nuevos este año
- Asimismo, para una mayor dinamización de ANFABASA, y la promoción del bacalao en las redes sociales, se realizaron tres concursos online: mejor receta con bacalao, mejor foto, creación de la verdadera ruta del bacalao seguidos por cerca de 30.000 personas cada uno de ellos.

- Para fomentar el consumo de bacalao se ha realizado un recetario que contiene dieciocho recetas tradicionales y novedosas a base de bacalao y salazones, mostrando las grandes posibilidades de estos productos en la cocina, conteniendo además información adicional acerca de sus propiedades nutricionales y saludables.
- SHOWCOOKINGS:
  - o 8 de mayo, durante el 32º Salón Gourmets en Madrid, en el stand de la Secretaría General de Pesca, se celebró una clase de cocina en directo, impartida por Flavio Morganti, exhibiendo las amplias posibilidades que tiene este producto en la cocina, e informando acerca de sus propiedades nutricionales.
  - o 20 de septiembre en el Centro Superior Hostelería de Galicia se desarrolló un showcooking para los cocineros del mañana a base de bacalao. La clase magistral se inició con una presentación de ANFABASA, en la que se acercó el mundo del bacalao a los cocineros del futuro, resaltando sus propiedades nutricionales y su papel en la gastronomía actual. Seguidamente, el chef José Manuel Mallón del Espacio Gastronómico “Remollo” demostró las grandes posibilidades culinarias del bacalao. Elaboró cuatro preparaciones con el bacalao destinadas a la hostelería, ensalada de bacalao confitado, milhojas de brandada de bacalao, bacalao al pil-pil de coliflor y bacalao a la plancha, aunque de fácil preparación para los consumidores. Al finalizar, se degustaron las creaciones realizadas.

Al efecto de aumentar el impacto de nuestra web se toma nota de la sugerencia de contactar con los 10 cocineros más influyentes, según los datos de ANFACO-CECOPECA y tratar de captar su interés sobre las características específica del bacalao en sus formas de presentación.

#### **4. Participación en el stand de ANFABASA en la feria CONXEMAR, que se celebra en Vigo del 2 al 4 de octubre de 2018**

Se informa que ANFABASA estará presente en Conxemar 2018 dentro del stand del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (stand E16), siendo éste un punto de encuentro de las empresas asociadas donde dispondremos de un lugar para mantener reuniones comerciales, y dónde además se informará a los asistentes de las bondades del bacalao así como su aplicaciones gastronómicas. Esta acción se acompaña de material promocional que se ha elaborado a tales efectos. Desde el stand se informará de la colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación con el apoyo del Fondo Europeo Marítimo y de Pesca, una campaña de promoción de bacalao con el objetivo principal de potenciar el consumo de este producto y generar conocimiento informando al consumidor acerca de sus características de las distintas formas de presentación del bacalao.

#### **5. Desarrollo de un informe sobre datos básicos del Mercado del Bacalao en España**

Para disponer de los mejores datos posibles se solicita la colaboración de los asociados. A continuación, se debate sobre las tendencias de consumo y se destaca que uno de los vectores que mueve a los nuevos consumidores es la preocupación por la salud.

Asimismo, se informa que se pedirá el mantenimiento de las 4.000 toneladas al 0% de arancel (status quo) para el número de orden 09.2765 correspondiente a Bacalao y pescados de la especie *Boreogadus saida*, salados o en salmuera, sin secar ni ahumar, que se destinen a una transformación, dentro de la propuesta de contingentes arancelarios autónomos para el periodo 2019-2020 en la COM(2018)625 final.

## 6. Asuntos varios

El presidente expresa el deseo de aprovechar esta reunión para debatir sobre la dinamización de la Asociación. Partiendo de la base de que el impulso deben darlo los asociados, propone iniciar una dinámica de grupos específicos de trabajo liderados por empresas con intereses directos en impulsar un aspecto estratégico específico, sin perjuicio de sus trabajos serán informados a todos los asociados.

Por los asistentes, se pone el énfasis en que nos enfrentamos a retos globales de que debemos valorar en toda su dimensión. En ese ámbito, es muy positivo contar con el Consejo de Productos del Mar de Noruega que pueden aportar su visión y los movimientos del mercado global del bacalao, y, sobre las motivaciones del consumidor a partir de los estudios que han realizado. Esto nos debe llevar a la necesidad de agrupar esfuerzos en acciones que reporten un beneficio a todos los asociados de ANFABASA. Según la opinión compartida debemos centrarnos en ampliar el mercado del Bacalao y prevenir las amenazas que se ciernen sobre la actividad futura de los operadores españoles. Al efecto y en línea con la experiencia de alguno de los asociados sobre el devenir del mercado del Salmon ahumado, se destaca la necesidad de estar preparado para atender los retos globales. En concerniente al bacalao se resalta la evolución del mercado portugués en los últimos 3 años como referencia a tener en cuenta.

A continuación, se debate sobre las acciones concretas para movilizar la asociación acordándose crear grupos de trabajo sobre temáticas específicas, liderados por empresas con interés directo en esas temáticas. Se considera que con esta fórmula se aportará valor a estos grupos. Entre las posibles temáticas de estos grupos de trabajo se sugiere la amenaza del Abadejo de Alaska, si pasa a denominarse *Gadus chalcogramma*, y la diferenciación entre el *light salted* y *heavy salted*, la estrategia de comunicación (como ser eficiente en la misma) ...

Se debate y acuerda crear un grupo sobre el bacalao salado tradicional. Este grupo será liderado por D. Adolfo Giraldo. Se estima que a este grupo deben seguir otros sobre las temáticas apuntadas u otras que se puedan proponer. Para facilitar la participación de todos los asociados, se habilitará un espacio en la zona privada de la web de ANFABASA en la que se visualice la denominación de los grupos que se vayan generado, su coordinador o líder, y las empresas integrantes del grupo. Se remitirá una comunicación en cuanto sea visible este primer grupo animando a los asociados a la participación como a enviar propuestas para generar nuevos grupos. Sobre las futuras reuniones, de los miembros de estos grupos se sugiere del formato de reunión no presencial a través de la herramienta WEBEX. Desde ANFACO-CECOPECA estamos dispuestos a facilitar cuando se nos requiera el uso de esta herramienta.

Sobre el desarrollo de la GUIA AENOR sobre las diferenciaciones del Bacalao el MAPA nos ha informado recientemente no se ha podido cerrar el contrato, pero el MAPAMA mantiene esta acción para ejecutarla cuando sea posible.

## 7. Ruegos y preguntas

No los hubo

Sin más, se concluye la reunión siendo las 18,45 horas del día antes indicado.

El Secretario

VºBº Presidente

Juan M. Vieites Baptista de Sousa

Mikel Ojanguren