

La presidenta de la Comunidad ha firmado hoy un protocolo similar al del año pasado para reafirmar su apoyo al sector alimentario

Díaz Ayuso presenta una campaña para fomentar la comercialización de alimentos madrileños en hoteles, restaurantes y grandes superficies esta Navidad

- El sector agroalimentario regional supone un 9,5% del PIB autonómico y llega a un mercado de más de 6,5 millones de consumidores
- La presidenta ha urgido la puesta en marcha del Proyecto Estratégico de la cadena agroalimentaria inteligente y sostenible
- En 2021 ha aumentado la oferta de proveedores regionales en los hipermercados y supermercados

30 de noviembre de 2021.- La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha firmado hoy un acuerdo, en el marco de la campaña *Navidad con sabor a Madrid*, para impulsar la comercialización de alimentos de la región en hoteles, restaurantes y grandes superficies durante estas fechas festivas, en las que aumenta el consumo y se incrementa el turismo nacional e internacional.

“Con este protocolo de colaboración con supermercados y hostelería, impulsamos que los alimentos de la región lleguen más y mejor a los consumidores de nuestra Comunidad, muy exigentes y amantes de la buena mesa”, ha indicado la presidenta durante la firma, en la Real Casa de Correos, de este convenio de colaboración con el canal HORECA y con el que el Gobierno madrileño reafirma su apoyo al sector agroalimentario.

Este, como ha explicado Díaz Ayuso, supone un 9,5% del PIB autonómico y llega a un mercado con más de 6,5 millones de consumidores. Han participado en la rúbrica la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración (AMER); Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM); Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid (LA VIÑA-HOSTELERÍA MADRID); Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid (ACYRE); y la Asociación Empresarial de las Industrias Alimentarias de Madrid (ASEACAM).

De este modo, se amplía el acuerdo sellado hace un año entre el sector de la distribución y el Ejecutivo autonómico para fomentar el posicionamiento de las elaboraciones locales en grandes superficies, que ha permitido aumentar su presencia en los hipermercados y supermercados madrileños y dar a conocer su

calidad y variedad. Al mismo se suma ahora la cadena BM Supermercados, del grupo Uvesco, con 41 establecimientos. Durante la pasada Navidad, se vendieron 1.500 cestas con elementos 100% madrileños en los establecimientos de Alcampo y Carrefour.

PRESENCIA DE PRODUCTOS DE PROXIMIDAD

En 2021 ha aumentado la oferta regional en el *canal moderno de distribución* que une a hipermercados y supermercados. Gracias al protocolo firmado con la Administración, Carrefour ha incorporado diez proveedores madrileños nuevos y ha dado de alta 97 referencias de productos de la tierra, mientras que Alcampo se ha situado con 50 proveedores y 275 referencias.

Makro también ha apostado por el producto local y ha incluido este último año cuatro vinos de Madrid en sus lineales y ha añadido frutas y verduras de la región, llegando a 88 referencias. El mes pasado se presentó también la campaña *Alimentos a la madrileña*, de supermercados Sánchez-Romero, con más de 150 referencias agroalimentarias de la región procedentes de 53 proveedores diferentes. En esta promoción, participó UNIDE con diez proveedores y 24 referencias locales.

PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO ESTRATÉGICO

Durante su intervención, la presidenta ha recordado que hemos conocido recientemente que España, “con la mitad de los indicadores macroeconómicos en rojo, es la economía con más desequilibrios en la Unión Europea” y que, principalmente, “se debe a la situación que están atravesando las empresas españolas en su mayoría pequeñas y medianas”.

“Por eso no nos vamos a cansar de pedir al Gobierno central soluciones reales ante la subida de la luz que está ahogando a este y otros sectores, deducciones fiscales para el sector agroalimentario o bonificaciones sociales a la contratación porque necesitamos medidas reales efectivas”, ha sostenido Díaz Ayuso, para añadir que es “urgente” que se apruebe cuanto antes la puesta en marcha del Proyecto Estratégico (PERTE) de la cadena agroalimentaria inteligente y sostenible, “un proyecto que ha facilitado al sector la digitalización de procesos e incorporación de conocimiento y de innovación”.