

4. Industria

Ferrero da otro 'mordisco' al mundo del chocolate

El grupo acaba de abrir una fábrica en China y planea el lanzamiento de nuevos productos

8. Industria

Australia, otro destino de la alimentación española

El país puede ser una puerta de entrada para el sector a nuevos mercados de Asia y Oceanía

12. Industria

La marca blanca crece un 70% en una década

Su cuota de mercado ha subido de un 20 a un 38 por ciento entre los años 2002 y 2014

14. Industria

El turismo 'tira' de la industria del agua

El sector prevé cerrar el presente ejercicio con un incremento del 2 por ciento en sus ventas

Editor: Editorial Eooprensa S.A. Presidente de Eooprensa: Alfonso de Salas
Vicepresidente: Gregorio Peña Director General: Julio Gutiérrez Director
Comercial: Juan Párraga Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez Subdirector
de RRH: Juan Carlos Soriano Jefe de Publicidad: Sergio de María

Director de eEconomista: Anaxías G. Ayora
Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia González
Director de eEconomista Alimentación: Javier Romero Diseño: Pedro Vicente y
Alba Cárdenas Fotografía: Pepo García Infografía: Nerea Bilbao Redacción:
Gema B. Muñoz

Entrevista

Paco Roncero, chef de La Terraza del Casino de Madrid

"Madrid es una potencia gastronómica mundial que tendrá más estrellas Michelin"



20



27

Comercio

Aecoc analiza las opciones de futuro del comercio español

Barcelona acogerá los próximos días 28 y 29 de octubre una nueva cita con los líderes del sector

Comercio

España lidera la recuperación del comercio europeo

La evolución de las ventas en nuestro país supera a la de Francia, Italia, Alemania y Reino Unido



24



32

Hostelería

La hostelería perderá otros 3.000 bares en 2015

Pese a su mejora de ventas y empleo, el sector continúa un ajuste del que las cadenas se llevan la mejor parte

Menos trabas administrativas para que el comercio crezca

La libertad comercial es la forma más efectiva de apoyar a las empresas que crean oportunidades, innovan y generan empleo sin importar su tamaño, su especialidad o su modelo comercial.

De lo contrario, el camino del proteccionismo nos lleva a un callejón sin salida en el que un día, sin apenas darnos cuenta, no quedará nada de lo que se pretendía

proteger en un mercado diametralmente distinto al que hemos conocido hasta ahora". Son palabras del presidente de la patronal de grandes empresas de distribución Anged, Alfonso Merry del Val, en la carta que aparece publicada en las memorias anuales del último ejercicio. Merry del Val lo dejó ya muy claro en la última asamblea de la organización.

"No tiene sentido frenar la libertad de horarios cuando se puede comprar a través de Internet las 24 horas del día". Y, sin embargo, hay quien sigue empeñado en ello. Los nuevos consumidores, empoderados por la tecnología, son los principales catalizadores de los cambios en el sector, como bien recuerda el presidente de Anged. No distinguen entre gran y pequeño empresario ni entre el mundo físico y el digital, sino entre un comercio que responde a sus necesidades concretas y otro que no lo hace.

Los consumidores actuales no diferencian en sus compras entre pequeñas y grandes empresas, sino entre comercios que son competitivos y otros que no lo son

Aun así, y pese a las numerosas trabas que algunas comunidades autónomas, como Cataluña, siguen imponiendo al desarrollo del comercio, el comercio español ha registrado en los dos últimos un crecimiento espectacular, tal y como analizamos en este número. En 2011, de acuerdo con los datos de Eurostat, el comercio español caía a un ritmo del 6,2 por ciento, pero aún no habíamos tocado fondo.

Tan sólo un año después el desplome fue del 8,1 por ciento, lo que suponía duplicar el ritmo de caída, por ejemplo, de Italia, cuyo comercio retrocedió un 3,4 por ciento. Desde entonces, sin embargo, el consumo ha empezado a tirar para arriba y nadie en toda Europa ha conseguido igualarlo. En 2013 la caída se había reducido así al 5,1 por ciento y en 2014 se registró un crecimiento del 1,1 por ciento, el doble de lo alcanzado por Italia, que avanzó sólo un 0,5 por ciento. Es verdad que hay otros países que aún están por delante, pero su crecimiento no ha sido ni mucho menos tan fuerte. Francia ha pasado así de crecer al 0,7 por ciento a hacerlo al 1,3 por ciento y Alemania, que caía al 0,2 por ciento, aumenta ahora sus ventas al 1,8 por ciento. Mucho más espectacular sin duda ha sido el caso del Reino Unido, que pasa de crecer un 0,9 por ciento al 4,2 por ciento.

LAS CARAS DE LA NOTICIA



Paco Roncero
Chef de La Terraza del Casino de Madrid
El chef lleva 25 años en los fogones del Casino de Madrid defendiendo la gastronomía española



Giovanni Ferrero
Presidente de Grupo Ferrero
El grupo italiano, bajo la batuta de su presidente, ha comprado Torton en Reino Unido y ha abierto una fábrica en China



José María Bonmati
Director general de Aecoc
La Asociación de Empresas de Gran Consumo reúne en Barcelona a los líderes del sector para analizar el futuro



José Manuel Soria
Ministro de Industria
El Gobierno sigue sin dar una solución al auge de la marca blanca, que lastra la innovación en España



PACO RONCERO

Chef ejecutivo y director del restaurante del Casino de Madrid, con dos Estrellas Michelin y tres soles de la Guía Repsol

GEMA BOIZA

Lleva 24 años trabajando en el restaurante La Terraza del Casino, del NH Collection Casino de Madrid, en pleno centro de la capital, y quince en la jefatura de esos fogones, con los que ha conseguido subir al Olimpo de los grandes chefs con un palmarés compuesto por dos Estrellas Michelin, tres soles de la Guía Repsol y proyectos gastronómicos dentro y fuera de España. Proyectos a los que el chef ejecutivo y director del Casino de Madrid y su restaurante La Terraza del Casino pretende sumar en el próximo semestre uno nuevo en Cartagena de Indias-Colombia, donde ha sido jurado del programa de televisión Master Chef- y dos más en Shanghai. Eso sí, sin descuidar su taller de innovación del que quiere extraer una nueva puesta en escena para el restaurante del Casino de Madrid y sin alejarse de la capital, a la que ve como potencial europea y mundial de la gastronomía.

¿Qué valoración haces de 2015? ¿Se van a cumplir tus expectativas?
Indudablemente este ha sido un año mucho mejor que el anterior, y eso que en el pasado ya hubo un repunte. Si hablo del restaurante, este año está siendo muy bueno. Estamos cumpliendo nuestros niveles de presupuesto. Falta por ver qué ocurre en el último trimestre que suele ser uno de los más fuertes del año. El año pasado, por ejemplo, las ventas fueron muy elevadas. Vamos a ver si lo igualamos o lo superamos. De momento vamos muy bien.

"Madrid es una potencia mundial de la gastronomía que tendrá más estrellas Michelin"

¿El buen ritmo de La Terraza del Casino es sinónimo de que Madrid está destacando en la gastronomía?

Madrid es una potencia, no sólo europea, sino mundial de la gastronomía. Hoy por hoy no hay ninguna ciudad, en España seguro que no y en el mundo aparte de París tampoco, con tantas estrellas Michelin. Y creo que a Madrid le va a caer alguna estrellita más. ¡Debería!

¿Qué tiene Madrid para ser potencia mundial de la gastronomía?

No solamente el potencial de la cocina española, tradicional y de vanguardia, sino una oferta gastronómica impresionante de diferentes países. Madrid es una ciudad que está subiendo de categoría. No la voy a poner a la altura de Nueva York o de Londres porque estamos hablando de palabras mayores, pero es una ciudad fantástica. Hoy por hoy, Madrid ha tomado su protagonismo.

Sin embargo, la alta cocina sigue teniendo escépticos y críticos. ¿Qué podéis hacer contra eso?

Eso no sólo es trabajo nuestro. También es trabajo de la prensa, del Gobierno... Queda mucho por hacer. Creo que no vamos a volver o vamos a tardar mucho en volver a lo que había antes -de la crisis-. Nosotros, a mediodía trabajamos de forma irregular, pero no sólo nosotros, sino que me atrevo a decir que todos los grandes restaurantes de Madrid. ¿Por qué? Porque las tarjetas y las comidas de empresa han desaparecido, y ahora tenemos sobre todo clientes extranjeros.

¿Qué podrían hacer las instituciones para ayudar a la gastronomía?

Yo siempre pido que nos ayuden. Tenemos una ciudad maravillosa. Hagamos una cosa. Comparémosla con París. ¿Cuántos días llueve en París? 300. ¿Y en Madrid? Unos 60 como mucho. Pues en París todas las terrazas tienen permisos para poder trabajar, las pueden cerrar, las hacen bonitas... y aquí nos ponen pegas, problemas y peros, y no aprovechamos de lo que podemos vivir en España que es el sol y el tiempo. ¡Es una pena! Creo que ahí nos podrían ayudar un poquito más.

¿Cómo ves el consumo en España?

Creo que estamos empezando a estabilizarnos, pero todavía no soplan unos vientos maravillosos. De hecho tenemos que seguir generando espacios y conceptos como los *Estado Puro* que son los que te generan un poquito más



"En unos meses abriremos un restaurante en Cartagena de Indias"

"En 2016 queremos hacer otra puesta en escena en el Casino"

"La mayoría de los clientes de La Terraza del Casino son extranjeros"

de margen económico, porque los restaurantes gastronómicos todavía siguen siendo...

¿Poco rentables?

... lo que ocurre es que hay que tener muy claro dónde invertir y de donde viene el retorno. Aquí, en nuestro caso, ese retorno viene de la parte de catering y banquetes.

¿Qué planes tienes para el restaurante del Casino de Madrid?

La idea es seguir haciendo platos nuevos y poner en marcha una nueva puesta en escena más divertida, un poco en la línea de lo que hacemos en Sublimotion. Gracias al trabajo que hacemos en el taller el plato ya podemos traerlo al restaurante. Falta por ver si podemos también traer esa puesta en escena tan espectacular. Para mí, este es el gran reto de 2016.

¿Habrá cambios en los Estado Puro?

Los *Estado Puro* los hemos reconvertido en bares de tapas hasta cierta hora para cambiarlos a partir de ese momento en bares de copas, donde el margen es mucho mayor.

¿Qué objetivos tiene Paco Roncero fuera de España?

En Colombia tengo un restaurante, estoy con Master Chef y a finales de este año o principios del que viene abriré un restaurante nuevo en Cartagena de Indias. Ya tenemos el local más o menos elegido. El nombre no. Allí la idea es hacer lo que hacemos con los *Estado Puro*, para que a partir de cierta hora el restaurante cambie a un espacio de copas.

Eso en América, ¿y en Asia?

En Asia seguimos con dos *Estado Puro* y tenemos un par de localizaciones para dos nuevos proyectos en Shanghai, pero es pronto para hablar de ello.

¿Y Europa?

Europa, de momento, es España.

Hablemos de España. ¿Cómo ha vivido Paco Roncero la crisis económica de España?

Cuando llegó la crisis nos dimos cuenta de que nuestra deficiencia estaba en el mediodía, porque las noches las llenábamos, sea con cliente español sea



con cliente extranjero. Donde tuvimos que tocar menús y precios era al mediodía, que es donde nos vino principalmente el bajón de ventas. Lo que hicimos fue ofrecer la misma calidad de producto pero a un precio menor y eso sólo se consigue haciendo los menús algo más reducidos, no con tantos platos.

¿Cuál es el perfil del cliente de La Terraza del Casino?

El 90 por ciento de nuestro público sigue siendo mayoritariamente extranjero, especialmente entre diario. El fin de semana es cuando nos sube más el público español. Hay mucho asiático, pero también hay mucho americano y mucho sudamericano, sobre todo mexicanos, colombianos, brasileños...

¿Cómo te conocen?

Por el *boom* de la gastronomía española y madrileña. Gran parte de turistas visitan Madrid por su oferta de ocio y cultura, y cada vez más por su gastronomía. En esto último, la Guía Michelin tiene gran parte de culpa.

“Me gustan las lentejas, las judías... Soy muy de cuchara”

“Me hubiera encantado dar de comer a Freddie Mercury”

¿Qué significa la estrella Michelin? ¿Ejerce tanta presión sobre los chefs como se dice?

Creo que los que nos presionamos somos nosotros, sobre nosotros mismos y sobre nuestros equipos. Creo que lo que debemos hacer es intentar trabajar y vivir con regularidad y madurez, pero no sólo por las estrellas sino por los clientes, que son realmente los que están en el día a día y los que se lo merecen. Ese trabajo de madurez y regularidad es el que hace que puedas conseguir más estrellas o mantener las que ya tienes.

¿Cuál es tu producto estrella?

El aceite. Con el aceite aún quedan muchas cosas por inventar. ¿Hasta dónde vamos a llegar? No tengo ni idea. ¿Qué no vamos a ir tan rápido como en los últimos años? También lo sé.

¿Piensas que el ‘boom’ televisivo para los chefs os está ayudando o está poniendo el listón más alto?

Creo que es fantástico y que no ha habido nunca en las casas esa popularidad del cocinero como la que hay ahora; se está respetando mucho más la figura del cocinero. La cocina ha entrado hoy en las casas y para mí no hay nada más bonito que ver a un niño que diga que en lugar de ser ingeniero lo que quiere ser de mayor es cocinero. ¿Cuánto tiempo hacía que no se veía a toda la familia junta en torno a la televisión? Los programas de cocina han hecho que los padres vuelvan a ver la televisión con sus hijos.

¿Cómo es Paco Roncero?

Es una persona pasional de la cocina y de su trabajo, a la que le encanta hacer feliz a los clientes y a la que le gusta desarrollar conceptos nuevos.

¿Cuál es tu plato favorito?

Yo soy mucho de guisos. Me encanta una buena paella, unas buenas lentejas y unas buenas judías. Soy muy de cuchara.

¿Para quién te gustaría cocinar?

A mí me hubiera encantado dar de comer a Freddie Mercury; he dado de comer a todo el grupo cuando Freddie ya no estaba. Si no, a día de hoy, me gustaría mucho dar de comer a Rafa Nadal o a Pau Gasol. Son personas con las que me siento identificado en querer crecer, evolucionar y ser el mejor, pero sin avasallar y sin prepotencia.