



EL SECTOR DE ENVASADORES DE PATATA CONSTITUYE EL CLUB IBÉRICO DE PROFESIONALES DE LA PATATA (CIPP)

Madrid, 19 de mayo de 2009.- El sector de envasadores de patata ha constituido el Club Ibérico de Profesionales de la Patata (CIPP), una organización que nace con el objetivo de promover en España su consumo en fresco, que se ha visto reducido notablemente durante los últimos años.

Asimismo, el CIPP pretende trasladar al consumidor la realidad de un colectivo profesional dando a conocer con total transparencia su industria envasadora. La importante inversión en I+D+i que están llevando a cabo los miembros del CIPP tiene como objetivo facilitar el trabajo a cada uno de los eslabones de la cadena de valor y transmitir al consumidor final la información que necesita.

La patata es un producto muy desconocido para los consumidores, que sin embargo se encuentra en la mayoría de los hogares como lo indica un estudio encargado recientemente por el CIPP. Este mismo estudio del consumidor español hace hincapié en el desconocimiento de los aspectos nutricionales de la patata, que cuenta con una gran cantidad de proteínas, hidratos de carbono, fibra, así como de minerales, aporta vitaminas C, A, B1, B2, B6 y PP, además de ácido fólico.

Bajo el slogan ‘Para que nuestra actitud sea el éxito de todos’, el CIPP pretende potenciar el valor añadido a este producto y darle la promoción necesaria para una mejor comercialización en los mercados nacionales e internacionales.

El Club Ibérico de Profesionales de la Patata esta formado por 15 empresas dedicadas al envasado y comercialización de patata en España, procesando del orden de 800.000 toneladas al año y empleando a unas 700 personas. Es una organización que lleva trabajando desde hace dos años y cuyos objetivos fundamentales se dirigen a adaptar la oferta a las necesidades del consumidor, así como a aprovechar las cualidades de este producto como alimento accesible y comunicar a la sociedad todas aquellas cuestiones relacionadas con la salud, la gastronomía y la nutrición. Durante todo este tiempo, el CIPP ha decidido trabajar en la construcción de su organización, en la formación de sus miembros sin comunicar su existencia al público dando prioridad a su propio funcionamiento y trabajos internos.

El papel del envasador se basa fundamentalmente en la previa selección, análisis de calidad, limpieza y envasado de la patata, para que cuando llegué a manos del consumidor, éste tenga el “trabajo hecho y la tranquilidad que se merece”. La nueva organización ha conseguido consolidar un colectivo de envasadores muy representativos, a los que les une un afán de progreso fundamentado en la atención de las necesidades del consumidor. La meta del CIPP para este año 2009 es posicionarse como interlocutor dentro del sector español de la patata y fomentar el diálogo entre los diferentes actores y de esta manera sumar esfuerzos.

En este sentido, la primera actuación pública prevista por el CIPP será el próximo 17 de junio en Valladolid con motivo de la presentación de un estudio encargado y financiado por la organización. El ‘Mercado de la patata desde el punto de vista del consumidor’, explicará las percepciones, usos y hábitos en torno a la patata fresca desde el punto de vista del consumidor.

Para más información:

Comunicación Club Ibérico de Profesionales de la Patata (CIPP)

r.garcia@gaiacomunicacion.es

tlf. 91 426 44 30