

## Böreal Artik diversifica gama y suma nuevos clientes en el retail nacional y europeo

Pescado Refrigerado | 26/04/2023 | MILAGROS RODERO



La pescadería refrigerada y preparada en bandejas, lo que entendemos por pescadería moderna, sigue ganando terreno poco a poco en los lineales por la **conveniencia que aporta al alargar la vida útil de pescados y mariscos frescos** manteniendo sus propiedades organolépticas. Un nicho de negocio que hace un par de años ya suponía en torno al **20% del total de pescado**

**fresco que se vendía en el retail** y que está aportando mucha **innovación y valor añadido a la categoría de productos del mar.**

Algo muy necesario a la vista de los datos de consumo en España. **En los hogares españoles, el consumo de pescados y mariscos disminuyó un 20,4% entre 2008 y 2021.** A su vez, entre los meses de enero y noviembre de 2022, este consumo registró un descenso del 15,2%, según los últimos datos del MAPA. De hecho, para ayudar a paliar esta situación, las organizaciones más representativas del sector han solicitado a los principales partidos políticos que, de cara a las próximas elecciones, incluyan en sus programas **la reducción a cero del IVA de los productos pesqueros de forma permanente**, tal y como ocurre en otros países de nuestro entorno.

En este contexto, el nuevo operador **Böreal Artik**, sigue avanzando en su proyecto y este año diversifica su oferta con una batería de novedades que presentará en el salón del sector Seafood Expo Global, que tendrá lugar en los próximos días en Barcelona. Por un lado, bajo la enseña 'Boreal' lanza una **gama de carpaccios de pulpo, bacalao y gambón salvaje**, y por otro, sigue potenciando su gama base con **nuevas referencias como la anilla de calamar, sepia, vieira, etc.**

Además, Böreal ha suscrito un acuerdo con el popular establecimiento de San Sebastián **"Bar Txepetxa" para lanzar una línea de pintxos y aperitivos** con la marca del establecimiento, tales como las gildas, boquerones, pintxo del Cantábrico, etc. Este último producto ya está en las tiendas con una vida útil de 30 días, sin añadir ningún tipo de aditivos ni conservantes.

## Acuerdos con cadenas en Italia, Francia y España

La firma cántabra sigue muy orientada hacia el retailer europeo, donde este tipo de presentaciones tiene una alta demanda (como por ejemplo en Alemania), constituyendo **la exportación el 80% de su facturación**. "Nuestros clientes son grandes cadenas que también están decididas a apostar por esta nueva tecnología al comprobar que prácticamente han reducido a cero sus pérdidas por productos caducados y que la calidad de los productos permanece inalterable desde el primer al último día de vida útil", señalan desde la empresa.

De ese modo, en 2022 (su primer ejercicio completo) ha conseguido alcanzar unos **ingresos de 5 M€**, cifra que prevé duplicar al finalizar este año. **"Para 2023 esperamos casi doblar nuestra facturación potenciando nuevas referencias en los actuales clientes e introduciendo nuestros productos en cadenas de retail de Italia, Francia y España** con las que ya hemos cerrado acuerdos", sostienen, aunque sin detallar sus nombres.

---

# Alimarket

*Cuestión de confianza*

© Publicaciones Alimarket, S.A. Queda prohibida la reproducción total o parcial de este contenido -incluida la reproducción del mismo en RRSS- sin que haya una autorización explícita por parte de Alimarket.