

# DIETA ALIMENTARIA EUROPEA

## PERFIL SOCIO-CULTURAL DE LOS HABITOS DE CONSUMO EN LA UE

■ ROSA PRADAS



Siempre se ha dicho que una de las mejores maneras de profundizar en una cultura es conocer su gastronomía. Los productos que se utilizan, las formas en que se cocinan, las mezclas de sabores, olores y colores, y hasta las destilaciones tradicionales, son elementos indispensables para conocer a los grupos sociales, incluidos o no dentro de unas mismas fronteras políticas.

Pero, al mismo tiempo, alimentarse es una de las necesidades básicas del individuo y, en algunos casos, como en los países más pobres, el hábito de consumo es, antes que un rasgo de definición cultural, una lucha permanente por la supervivencia, hasta el punto de convertir en una tarea primordial y

cotidiana la consecución de un cuenco de arroz o un recipiente con agua para no morir de hambre o de sed.

En el extremo contrario, para los países occidentales más desarrollados, la alimentación, una vez asegurado el abastecimiento, pasa a tener un claro componente de placer, en el que se combina cultura, esnobismo y moda. En este grupo "selecto" de países con mayor nivel de renta se produce siempre, además, una relación directa entre el incremento de poder adquisitivo y el menor porcentaje de gasto relativo en alimentos, combinando una mayor selectividad a la hora de comprar y comer, con variables que van desde la calidad a la comodidad.

Por tanto, cualquier análisis de la estructura de la alimentación de un país tiene que incorporar, necesariamente, aspectos socio-culturales y económicos, sin olvidar que la producción agraria y la actividad de las industrias agroalimentarias se interrelacionan de forma estrecha con los hábitos de consumo y marcan o son marcados por las costumbres y la idiosincrasia de los ciudadanos.

La creciente internacionalización de los mercados y los hábitos alimentarios, la "importancia" de modas y costumbres de aquellos países con mayor capacidad de "exportación" de su propio modelo y sus productos no consigue arrinconar, sin embargo, las tradiciones alimentarias de comarcas, regio-

nes y países, influidas históricamente por las producciones agrarias propias, la climatología, los aspectos geográficos, la demografía, la economía y las corrientes migratorias.

Es fácil comprender porque en zonas de montaña, con bajas temperaturas, dificultad para las comunicaciones y pocos habitantes por kilómetro cuadrado, el alimento fundamental es la proteína de origen animal que, por un lado, proporciona calorías y, por otro, se puede criar en el mismo territorio. Por este mismo motivo, en zonas cálidas los alimentos son más ligeros y la proteína se obtiene del pescado o de la legumbre.

En cuanto a la variable que se relaciona con el nivel económico, la consecuencia más simple es que cuanto

más dinero hay, más productos alimenticios transformados y con valor añadido se compran. En los países ricos cada vez se consumen más verduras picadas, congeladas, refrigeradas o ya cocinadas que en los países pobres. También hay una tendencia al consumo de proteínas de origen animal como signo de distinción, ya que su consumo se relaciona con un mayor nivel de renta.

Por último, resaltar el valor que las corrientes migratorias ha tenido en la transferencia de alimentos. El ejemplo más simple, y que poco tiene que ver con la moda actual de consumir productos importados, es el de la introducción en la dieta europea de los productos alimenticios que procedían de América. Aunque en el Siglo XX, las patatas, los tomates o los plátanos parece que

han estado siempre entre nosotros, la verdad es que vinieron en los barcos de los conquistadores españoles y se han incorporado de forma definitiva a nuestros cultivos y evidentemente a nuestra dieta básica.

### LOS DOS POLOS DE LA DIETA EUROPEA

Dentro de la Unión Europea siempre han existido grandes diferencias entre los países del norte y del sur. Estas diferencias están ligadas a todos los factores que hemos reseñado anteriormente: clima, orografía, cultura y, sobre todo, nivel de desarrollo económico.

La base de la fundamental de la alimentación de países como Alemania, Holanda, Reino Unido, Bélgica, Dinamarca y Francia han sido siempre las proteínas de origen animal, especialmente el cerdo, las grasas animales y la mantequilla para cocinar, junto a las patatas que son el acompañamiento perfecto para desengrasar las salsas espesas y picantes.

Por el contrario, los países del sur, como Italia, Portugal, Grecia o España, y en parte Francia, han basado su alimentación en las frutas y hortalizas, las legumbres, las pastas, el aceite de oliva y la carne de vacuno y ovino.

Dos modelos diferentes que, como no podía ser de otra forma, han ido recibiendo influencias mútuas y que, en su evolución histórica más reciente, han pasado, en cuanto a consideración social, por dos etapas muy claras: una primera en la que la distancia entre el norte –más rico– y el sur inclinaba la balanza hacia el modelo de alimentación “animal” de los países del norte, para pasar después, en una segunda fase más reciente, a volver la mirada hacia el modelo de alimentación mediterránea, ante la constancia del mayor equilibrio dietético y saludable de los hábitos basados en el aceite vegetal, las frutas y hortalizas frescas, o las legumbres.

Una realidad que se puso claramente de manifiesto coincidiendo con la feria “Alimentaria 94”, celebrada en Barcelona el pasado mes de marzo.



La feria incluyó la organización de la "Primera Semana Internacional de la Alimentación Mediterránea", que contó con la participación de especialistas en sociología, antropología, historia, nutrición y gastronomía, para analizar en profundidad las características del estilo de vida de los países ribereños del Mediterráneo y, al mismo tiempo, apoyar y potenciar el desarrollo de la alimentación autóctona.

La conclusión más evidente de estas Jornadas de estudio y degustación fue que, independientemente de las costumbres específicas de cada uno de los países, la dieta mediterránea es ahora reconocida mundialmente como la más equilibrada. Esta situación la convierte en una mercancía de calidad reclamada fuera de nuestro entorno geográfico, tanto por sus valores nutritivos, como por sus cualidades gastronómicas.

La organización de esa primera semana de la alimentación mediterránea fue utilizada, además, para exponer cuales son las pautas de consumo en los países de la Unión Europea, en base a un estudio realizado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación español, cuyos resultados se incorporan en los cuadros y gráficos adjuntos, y en los que descansa, en buena medida, este artículo.

El estudio realizado por el Ministerio de Agricultura ha tenido que utilizar, inevitablemente, varias fuentes estadísticas, incluyendo los datos de Eurostat, los de una empresa suiza, Food for Thought, que realiza análisis periódicos sobre hábitos de consumo en Europa, y en relación a España la información que arrojan los paneles que elabora el propio Ministerio de Agricultura desde 1986, que son los más fiables para nuestro país. El estudio se elabora a través de un panel que recoge los datos de registro diario de compra en 2.500 hogares, completados con una encuesta en dos fases semestrales de 500 establecimientos de hostelería y restauración y con la recogida directa de información en establecimientos institucionales.

No todos los países tienen un sistema de recogida de datos tan completo

CUADRO Nº 1

### CONSUMO DE CARNES Y PESCADOS EN LA UNION EUROPEA (Kilos por persona y año)

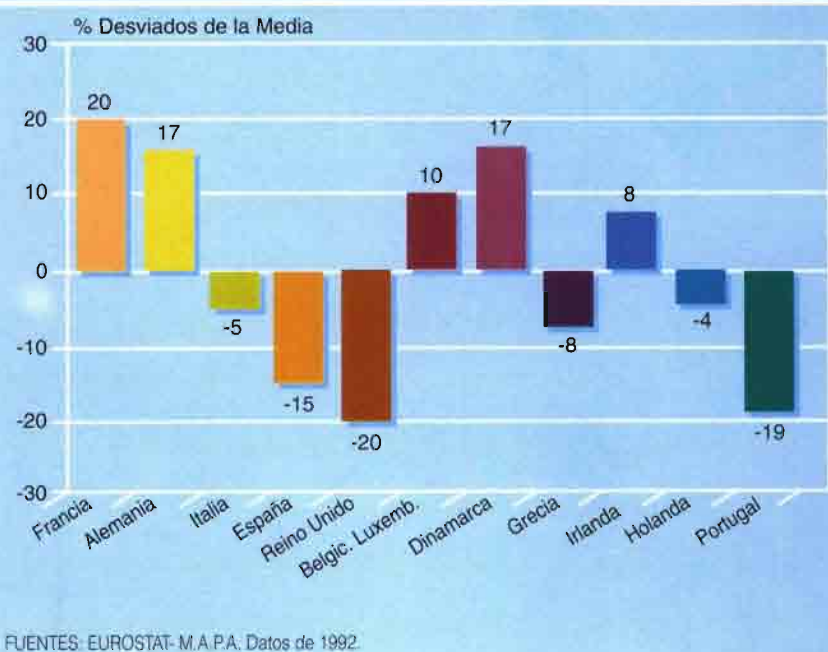
PAISES	CARNE DE BOVINO	CARNE DE POLLO	CARNE DE CERDO	CARNE DE OVINO	CARNES TRANSFOR.	PESCADO
FRANCIA	23	21,6	12,3	4,17	16,2	18,2
ALEMANIA	13,3	11,8	39,1	0,6	34,8	8,4
ITALIA	23,9	20,6	10,6	1,53	18,1	14
ESPAÑA	10,2	18,3	9,3	4,25	18,1	31,2
REINO UNIDO	9,9	13,1	5,3	5,57	29,4	9,8
BELGICA/LUX.	18,4	15,8	19,7	1,96	24,9	17
DINAMARCA	13,4	12	17,8	0,74	37,8	14,3
GRECIA	22,6	13,9	23,5	15,27	7,7	12,9
IRLANDA	10,2	19,6	12,6	6,2	37	7,7
HOLANDA	11,7	14,1	9,3	0,12	19,1	11,1
PORTUGAL	10,6	16,8	15	4,13	10,7	27,9

DATOS DE 1992

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de EUROSTAT.

FOOD FOR THOUGHT, y "El Consumo alimentario en España" (MAPA).

### CONSUMO DE CARNES EN LA UNION EUROPEA PORCENTAJES RESPECTO A LA MEDIA



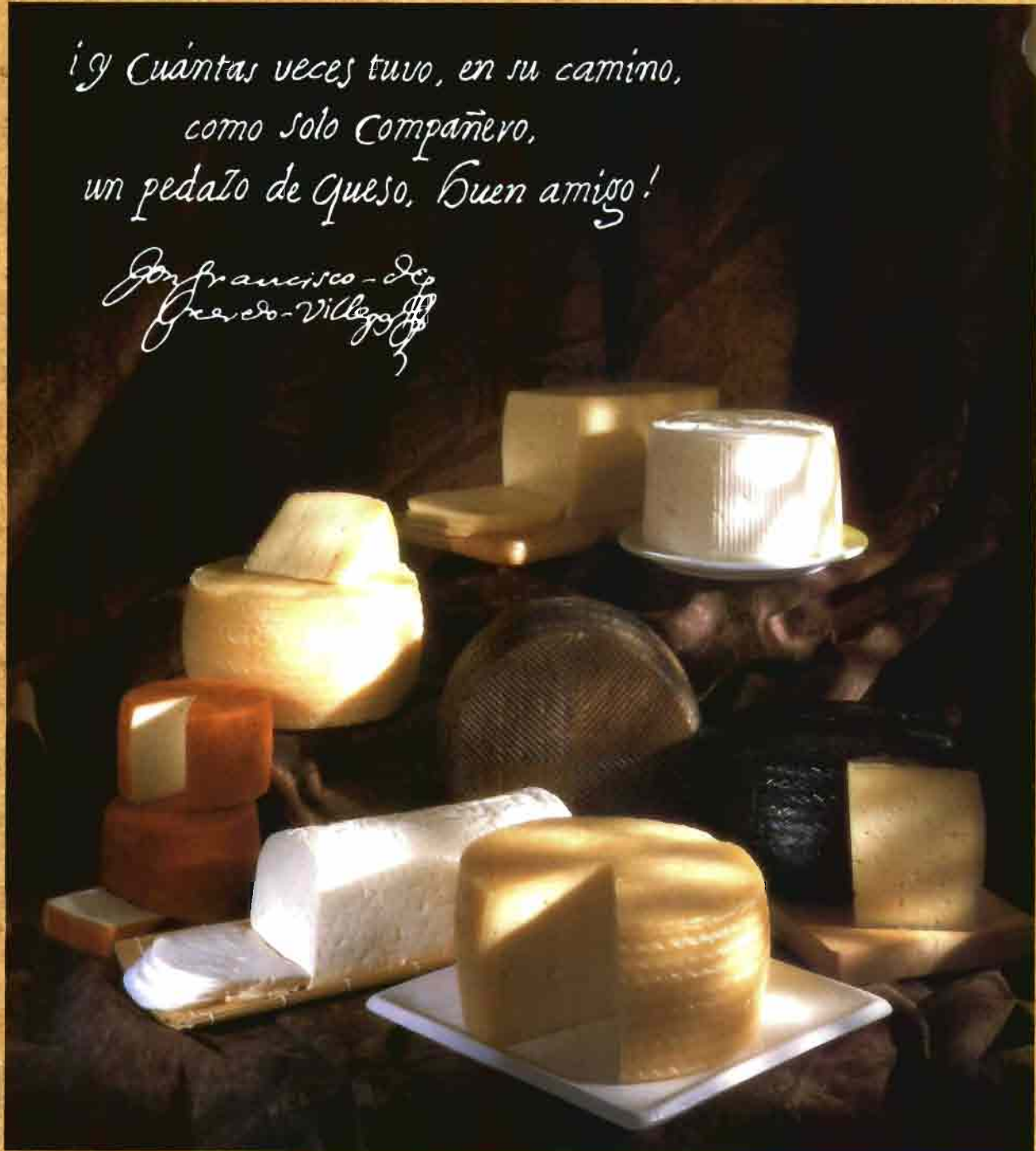
como el panel que se hace en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación español. En muchos casos las cifras son menos rigurosas, ya que se consiguen a partir de los datos de pro-

ducción, a los que se restan las exportaciones y se suman las importaciones, obteniendo así unas cifras de "consumo aparente" que, en todo caso, son las únicas disponibles y utilizables.

# El Queso

*¡y Cuántas veces tuvo, en su camino,  
como solo Compañero,  
un pedazo de Queso, Buen amigo!*

*Don Francisco - de  
Quevedo-Villegas*

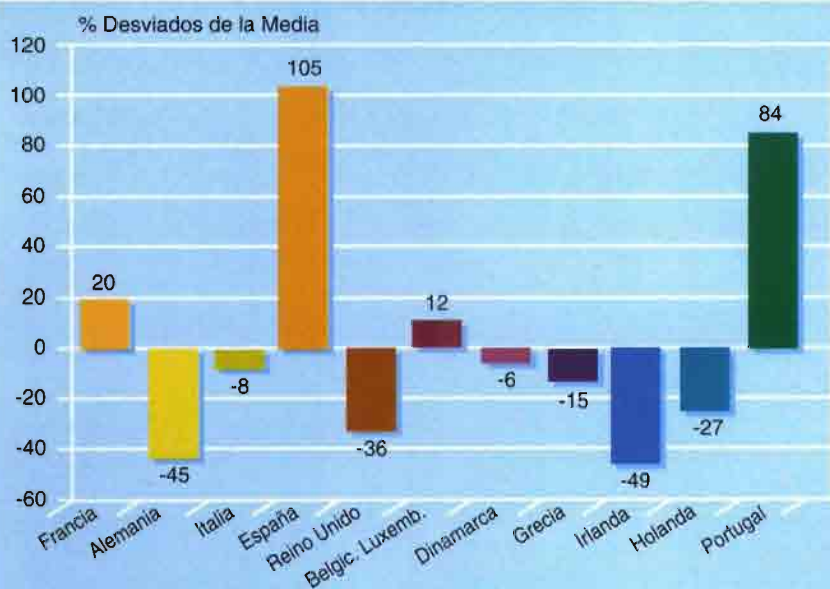


*La obra maestra del sabor*

CAMPAÑA  
SUBVENCIONADA  
POR LA C E



### CONSUMO DE PESCADO EN LA UNION EUROPEA PORCENTAJES RESPECTO A LA MEDIA



FUENTES: FOOD FOR THOUGHT- M.A.P.A. Datos de 1992.

Por todos estos motivos, los datos estadísticos se acompañan con una descripción de las características y hábitos de los consumidores de cuatro países relevantes de la Unión Europea: Francia, Reino Unido, Alemania e Italia. Este análisis, casi sociológico, de productos y consumidores, quiere retratar la idiosincrasia, las tradiciones y las modas de los mayores países de la Unión Europea, considerando que el resto son fácilmente enmarcables en las áreas de influencia respectivas de los primeros.

Asimismo, respecto a España, en el próximo número de DISTRIBUCION Y CONSUMO se publicará un estudio en profundidad del consumo alimentario en España, en base a los paneles realizados durante 1993. Aunque, como una primera aproximación, cabe señalar ahora que una de las características fundamentales de la dieta mediterránea, y por tanto de la española de



**CUADRO Nº 2  
CONSUMO DE GRASAS  
EN LA UNION EUROPEA  
(Kilos por persona y año)**

PAISES	ACEITES VEGETALES	MANTEQUILLA MARGARINA
FRANCIA	8,3	8,55
ALEMANIA	7,6	14,6
ITALIA	20,4	2,65
ESPAÑA	22,52	1,9
REINO UNIDO	3,7	10,71
BELGICA/LUX.	4,7	18,26
DINAMARCA	0,7	21,58
GRECIA	17,3	2,74
IRLANDA	2,1	13,51
HOLANDA	1,8	15,64
PORTUGAL	12,1	6,74

DATOS DE 1992

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de EUROSTAT, FOOD FOR THOUGHT y "El Consumo Alimentario en España" (MAPA).

**CUADRO Nº 3  
CONSUMO DE FRUTAS, HORTALIZAS,  
PATATAS Y CONSERVAS VEGETALES EN LA U.E.  
(Kilos por persona y año)**

PAISES	HORTALIZAS FRESCAS	FRUTAS FRESCAS	PATATAS	CONSER. Y CONG DE VEGETALES
FRANCIA	124,1	76,1	71,9	36,12
ALEMANIA	83,1	124,4	74,1	20,93
ITALIA	181,9	109,4	38,6	7,31
ESPAÑA	64,5	102,4	44,3	17,44
REINO UNIDO	64,9	35,2	94,1	14,45
BELGICA/LUX.	103,2	61,8	98,8	20,55
DINAMARCA	79,7	44,4	57	13,61
GRECIA	229,5	159,3	90	12,94
IRLANDA	101,9	25,2	151,5	23,70
HOLANDA	99	72,6	86,7	19,84
PORTUGAL	122,9	61,1	106,6	10,45

DATOS DE 1992

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de EUROSTAT, FOOD FOR THOUGHT y "El Consumo Alimentario en España" (MAPA).

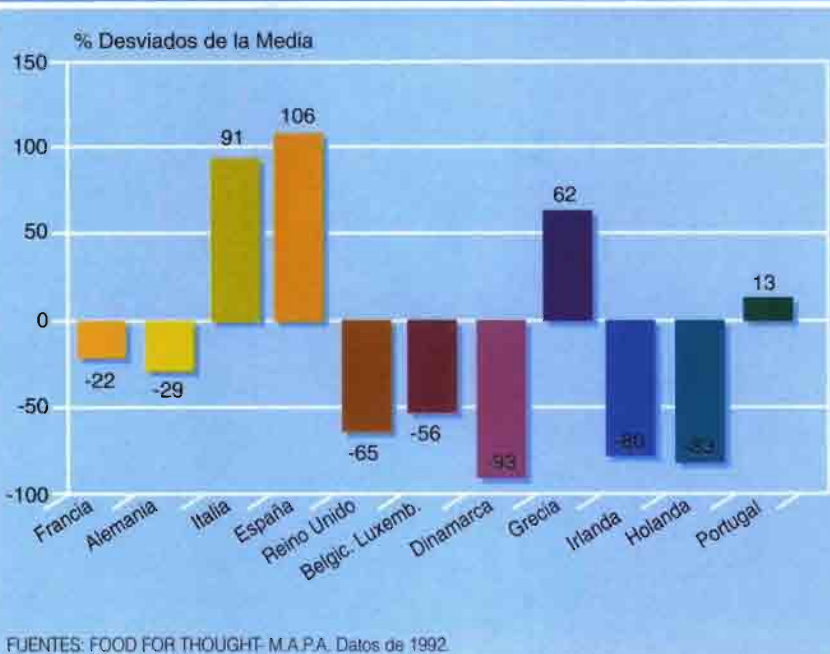
los años 90, es la del mantenimiento de sus esquemas básicos tradicionales con la aportación de algunas variantes, como es el consumo de aceites de girasol y de otras semillas; el aumento de consumo de carnes; y la disminución de las legumbres y el pan.

Hay que reseñar que el consumo de pescado en nuestro país es uno de los más altos del mundo, con algo más de 30 kilos por persona al año. También es significativo el consumo de vino, que aunque tiene que competir con la cerveza, sigue siendo elevado y llega a los 32 litros por habitante y año, con una participación creciente de los vinos con Denominación de Origen, de mayor calidad.

### OBSESION BRITANICA POR LA SANIDAD

El Reino Unido se enfrenta, en los últimos años, a una preocupación cada vez mayor por la situación sanitaria de los alimentos. Aunque en la pasada década, el Gobierno promulgó una Ley sobre higiene de los alimentos, en la que se ponían controles sanitarios e

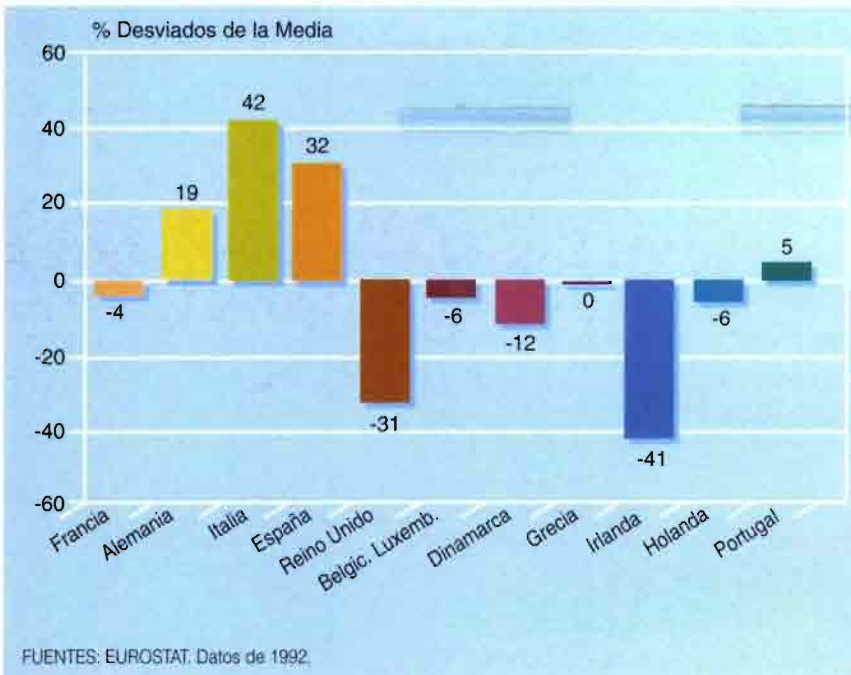
**CONSUMO DE ACEITES VEGETALES EN LA UNION EUROPEA  
PORCENTAJES RESPECTO A LA MEDIA**



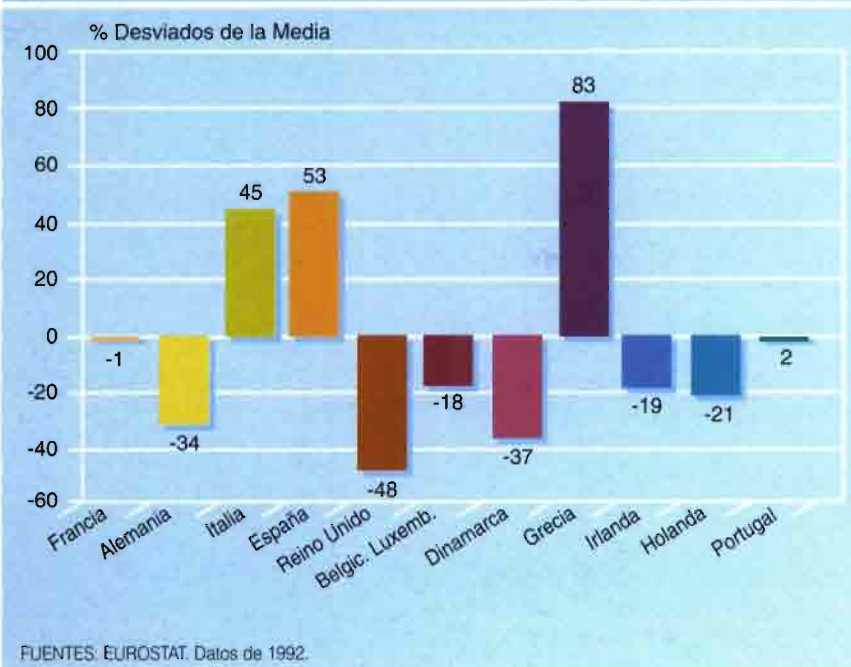
higiénicos muy estrictos, han seguidos apareciendo problemas relacionados con el consumo de determinados productos. Animales hormonados, huevos con salmonelosis o encefalopatía

espongiforme, vulgarmente llamada enfermedad de las "vacas locas", han centrado la atención de los británicos hasta el punto de provocar un descenso considerable en el consumo de carne.

**CONSUMO DE FRUTAS EN LA UNION EUROPEA  
PORCENTAJES RESPECTO A LA MEDIA**



**CONSUMO DE HORTALIZAS EN LA UNION EUROPEA  
PORCENTAJES RESPECTO A LA MEDIA**



A pesar de todo ello, la dieta en el Reino Unido sigue estando basada en las proteínas animales, en forma de salchichas, pasteles de carne, bacon, embutido y grasas, y mantequilla para cocinar. No hay que olvidarse del te,

que lo beben a todas horas, acompañado de galletas de todas clases y a la altura de todos los bolsillos. La tradición del te con pastas está tan arraigada que incluso se puede considerar de mala educación servir la infusión sin

acompañamiento, bien es verdad que según el lugar y el nivel económico las galletas son más finas o más corrientes y se sirven en bandeja de plata o en plato de loza.

Los británicos están preocupados por la pérdida de sus tradiciones culinarias. La penetración de la cultura del "fast-food" norteamericano se está comiendo a toda prisa los escasos platos autóctonos. En este sentido, el exceso de grasas animales en su alimentación tradicional está siendo sustituido por una comida de peor calidad gastronómica, pero de igual peligro para la salud.

A la hora temprana del desayuno se ha perdido la tradición de ir bien alimentados y han adquirido las costumbre continentales, según ellos mismos aseguran, del zumo aguado, te o café, cereales y, como mucho, tostadas con confitura. Tan sólo los sábados o los domingos se intenta mantener el desayuno a la antigua usanza, que consiste en freír varios tipo de derivados cárnicos: bacon, salchichas y "black-puding", una especie de morcilla sin arroz.

Aunque están intentando resucitar este tipo de desayuno, los puristas se están encontrando con otra clase de impedimento: el brunch americano gana terreno en la sociedad británica.

Unir desayuno y comida es cada vez más frecuente los días de asueto, porque evita cocinar dos veces y permite apurar unas horas más en la cama. Eso si, al brunch se han añadido los elementos típicos de la cocina inglesa.

El almuerzo es ligero para casi todo el mundo. Tan solo hombres de negocios, diplomáticos y políticos se sientan para las llamadas comidas de trabajo. El resto de los ciudadanos han optado por las hamburguesas, los trozos de pizza y los sandwich, acompañadas, en ocasiones, por fruta, manzanas o peras, que se compran por piezas. Habitualmente se acompaña con te o café y sólo la clase trabajadora o algunos ejecutivos jóvenes se atreven con la cerveza. Los domingos, las casas más tradicionales hacen los asados de carne de cerdo, cordero o el famoso "rost-beef".

*El*  
**ARTE**

**SANO**

*de La Palma*  
*Isla Bonita*



Los plátanos Copalma son el resultado de un esmerado empeño para conseguir lo mejor en sabor y calidad.

Su cultivo es todo un arte: minucioso, selectivo y sobre todo muy sano.

Son Copalma: los plátanos de Canarias.



La cena se toma a las 6 o 7 de la tarde y es la comida más consistente del día, como ocurre en todos los países del norte de Europa. Está compuesta de un sólo plato de carne guisada o en pastel acompañado de patatas y hortalizas congeladas. Las verduras frescas son un artículo de lujo para el bolsillo medio de los ingleses.

Antes de irse a la cama vuelven a tomar una bebida caliente, ya sea te, infusión o caldo, al igual que han estado haciendo durante el resto del día. Porque los británicos, cada vez más, se pasan el día comiendo cosas, poca cantidad, pero sin parar. A media mañana, te con sandwich; a media tarde, te con pastas y un dulce; y a todas horas se les puede ver comiendo por la calle, en los transportes o en su casa.

Aunque no son grandes consumidores de pescado, uno de los "tentempies" tradicionales y que aún se conservan son los "fish and chips". Se trata de pescado, casi siempre bacalao, con patatas fritas, que antiguamente se servían en cucuruchos de papel de periódico y se vendían, y se siguen vendiendo, en pequeños puestos ambulantes. Ahora ya no se utiliza el papel de periódico para envolverlos y aunque algunos dicen que se ha perdido el saborcillo que proporcionaba la grasilla y la tinta, se ha ganado en higiene. Los viernes y sábados, las zonas cercanas a teatros y cines se llenan de carromatos y la gente come sin complejos por la calle los cucuruchos con fritos recién hechos.

Los dulces también son habituales en la dieta de los británicos. Además de los pasteles, de manzana, fresa, ciruela, etc., es típico el "rize-puding", una especie de arroz con tapioca y azúcar, espeso como un engrudo y muy dulce. Para los postres utilizan mucha nata líquida y manteca de cerdo para los bollos.

En las bebidas, están modificando sus costumbres con lentitud. Además de las calientes, beben vino blanco, normalmente alemán o francés, pero empieza a ser un signo de distinción tener vinos tintos, cuestión interesante

CUADRO Nº 4

### CONSUMO DE PASTAS, PAN, LEGUMBRES Y CERALES EN UNION EUROPEA (Kilos por persona y año)

PAISES	PASTAS	CEREALES			
		DESAYUNO	PAN	ARROZ	LEGUMBRES
FRANCIA	7,2	0,9	60,1	3,9	1,1
ALEMANIA	4,9	1,1	78,7	2,0	0,6
ITALIA	38,1	0,2	80,2	4,8	3,2
ESPAÑA	4,0	0,4	55,0	5,6	5,7
REINO UNIDO	1,2	8,8	51,2	2,4	2,6
BELGICA/LUX	4,7	1,6	73,0	2,1	2,8
DINAMARCA	1,9	8,5	74,9	2,4	0,8
GRECIA	8,9	0,2	87,2	5,4	6,8
IRLANDA	2,3	7,9	65,1	3,2	4,2
HOLANDA	3,0	1,3	59,4	4,2	1,9
PORTUGAL	5,7	0,3	71,5	15,4	6,1

DATOS DE 1992

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de EUROSTAT.

FOOD FOR THOUGHT y "El Consumo Alimentario en España" (MAPA).

para la oferta española que es competitiva y de calidad. Pero, como es sobradamente conocido, uno de los sellos de distinción de los británicos es la cerveza. Los "pubs" sirven pintas y medias pintas sin parar de 8 a 12 de la noche, hora en que suena la campana anunciando el cierre del establecimiento.

Cuando se sale a comer o cenar fuera de casa, como no existen muchos buenos restaurantes británicos, casi siempre escogen restaurantes franceses, italianos o incluso españoles. Los italianos han conseguido, como en casi todo el mundo, situar sus pastas en la dieta habitual de los ciudadanos ingleses y cada vez se habla más de la dieta mediterránea, como una forma de estar alimentado con equilibrio y placer.

En este sentido, ha tenido gran influencia un programa de la televisión llamado "España en bandeja" en el que se hablaba de la gastronomía de nuestro país. Su salida en antena ha provocado un gran "boom" de los productos mediterráneos, especialmente de los aceites vegetales y sobretodo el de oliva. Tan sólo dos o tres empresas españolas de aceite están aprovechando el tirón y son los productores y

exportadores italianos, con más tradición en el Reino Unido, los que están haciendo su "agosto".

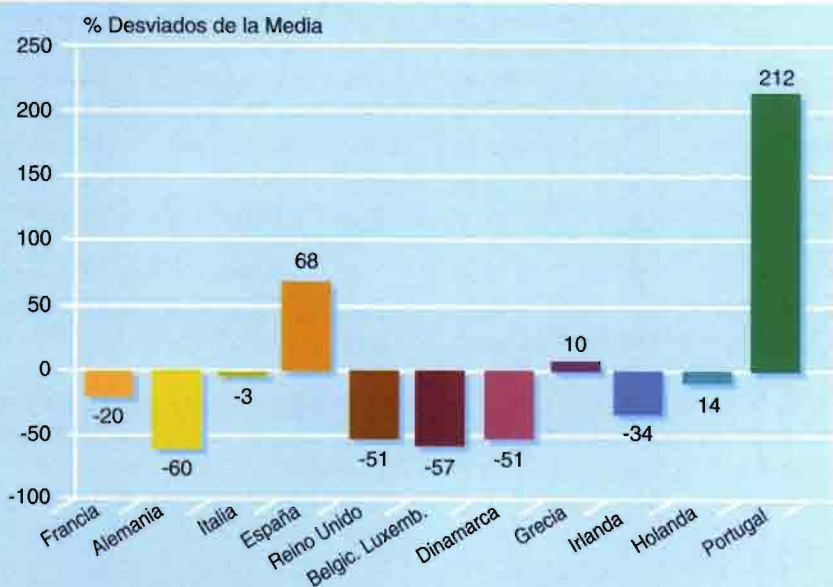
### PASTA Y SALSAS A LA ITALIANA

Hablar de pasta es, evidentemente, hablar de Italia, aunque la preponderancia universal de la pasta en la alimentación italiana no debe ocultar el abundante consumo que se hace en ese país de frutas y hortalizas, signo inequívoco de su tradición mediterránea.

Una ensalada nunca falta de la mesa de los italianos. Para hacerlas utilizan ocho o diez hierbas distintas, de diferentes colores, que van desde el verde al blanco. La base fundamental suele ser una especie de repollo violeta que se llama "radichio", que se combina con "rugueta" -en España diente de león, alimento de conejos-, lechuga y escarola. Al final queda un plato de mucha belleza estética que, con el aderezo de sal y aceite virgen de oliva, tiene un sabor exquisito.

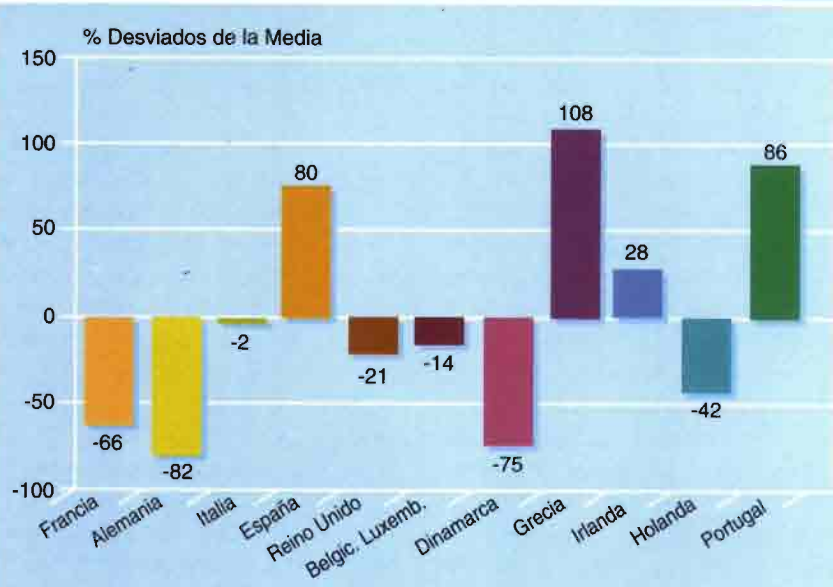
La pasta es el plato por excelencia de la mesa de los italianos. Cada día

### CONSUMO DE ARROZ EN LA UNION EUROPEA PORCENTAJES RESPECTO A LA MEDIA



FUENTES: FOOD FOR THOUGHT-M.A.P.A. Datos de 1992

### CONSUMO DE LEGUMBRES EN LA UNION EUROPEA PORCENTAJES RESPECTO A LA MEDIA



FUENTES: EUROSTAT-M.A.P.A. Datos de 1992.

comen y cenan pasta, pero nunca de la misma manera. Aseguran que tienen unos 200 tipos diferentes: gordas, finas, cortas, anchas, estrechas, etc... Están hechas con trigo duro y agua, pero tam-

bién pueden ser al huevo o con espinacas. Las pastas se mezclan con aproximadamente 150 salsas distintas, en las que el tomate es uno de los componentes fundamentales. Por eso son los pri-

meros consumidores de tomates de Europa. Con una simple operación aritmética, de la combinación de pastas y salsas se pueden conseguir 30.000 platos de pastas.

Además, contabilizan unos 400 tipos de queso, 250 clases de embutido, 200 conservas de vegetales y pescado distintas y 400 especies de panes. Todo ello supone unos 340.000 entrantes o "antipasto".

Los desayunos son escasos: café muy fuerte, hasta tres veces más concentrado que en España, con alguna galleta. No toman casi leche y la sustituyen por queso. Beben café entre horas, en ocasiones con espuma de leche y le llaman "capuchino".

En la comida, cada vez se impone más hacerlo de pie y aquí entra otro de los platos más conocidos de la cocina italiana: las pizzas. Un trozo de pizza o como mucho un plato de pasta, deprisa y corriendo, sirve para salir del paso poco después del mediodía.

Es ya por la noche, hacia las ocho, cuando se sientan a cenar y hacen la comida más fuerte del día. El primer plato es siempre pasta, la ensalada nunca falta y después toman carne, sobre todo de vaca y a la plancha. el pescado solo se consume en cantidades reseñables en los sitios de costa. Una de las peculiaridades de la mesa de los italianos son los cestillos de pan. Incluyen varias clases que van desde los colines a los integrales, pasando por los de cominos, con sésamo, blancos y otros varios. Nunca ponen el tomate natural en la ensalada, sino que lo cubren de queso fresco, "mozzarella", y lo condimentan con aceite, siempre virgen, de oliva y lo espolvorean con albahaca.

Aunque el consumo de vino comienza a bajar, como ocurre en España, el ritmo de disminución es menos acelerado. Tanto en casa como en los restaurantes, los italianos comen y cenan con vino y la cerveza no ejerce la competencia que sí existe en España. En la actualidad, beben algo más de 60 litros por habitante y año. También es habitual acompañar cualquier comida con agua mineral. Italia tiene, a lo largo de su geografía multitud de balnearios,

algunos con gran prestigio. Tomar las aguas, tanto bebidas como en baño, es uno de los legados que el Imperio Romano ha dejado a los habitantes de los siglos posteriores en Europa. Hay, en definitiva, unos 50.000 tipos de aguas, en algunos casos con gas natural, que son muy apreciadas en las mesas de los italianos.

Los refrescos de cola y naranja se van abriendo paso en las comidas, especialmente entre los jóvenes, con gran indignación por parte de los gastrónomos más puristas. Porque en Italia el "fast-food" no ha conseguido hacerse un hueco en los hábitos de consumo y los italianos son muy celosos de su cultura culinaria. Tanto es así, que cuando salen a cenar a un restaurante siempre van a los clásicos italianos.

Uno de los méritos de la gastronomía italiana es su capacidad para introducir sus productos en todos los países del mundo. Uno se puede encontrar una "trattoria" o una "pizzeria" en cualquier rincón del planeta. Es una cocina sencilla, que no

tiene precios elevados y que se adapta a todo tipo de situaciones. El Instituto de Comercio Exterior Italiano subvenciona a los particulares que quieren poner un restaurante en el extranjero y existe una buena red de suministro para las materias primas que necesitan los cocineros. Su éxito internacional es patente y notable, aunque también es verdad que los estadounidenses, aunque sea con ascendencia italiana, han hecho bandera de la pizza y la han convertido en uno de un producto tan exportable como la hamburguesa y el pollo frito, de tal manera que, a través de franquicias, se encuentran establecimientos de sus multinacionales en todas las ciudades europeas.

Para poner el broche de oro a una buena cena, los italianos toman licores, que también han exportado a medio mundo. El aguardiente "grappa", las bebidas de hierbas "amaro", y el "amarreto", hecho con destilación de almendras o de los huesos de albaricoque, son de las más conocidas y frecuentes.

### SALCHICHAS Y ECOLOGIA EN ALEMANIA

En Alemania, se aprecia, desde hace años, una preocupación creciente por la alimentación sana y natural y las nuevas generaciones prefieren las ensaladas a las salchichas. Los puestos ambulantes de salchichas, sin embargo, sigue teniendo su público y abundan en todas las ciudades.

Hay tantos tipos de salchichas que sería imposible enumerarlas. Están las vienasas, que son las más conocidas en España, pero también las de Nuremberg, cortas y finas, las bávaras, blancas y cortas para cocer, o las que se fríen en grasa animal.

Los alemanes aún siguen siendo los primeros consumidores de cerveza en Europa y desde luego tienen donde escoger. Servir la cerveza es un rito, se echa a presión, pero en varios vuelcos y dejándola reposar cada vez que se abre el grifo. Desde que se pide una cerveza hasta que está en las manos del consumidor pueden transcurrir quince minu-



**CUADRO Nº 5**  
**CONSUMO DE PRODUCTOS LACTEOS EN LA U. E.**  
(Kilos por persona y año)

PAISES	LECHE LIQUIDA	QUESOS	OTROS LACTEOS
FRANCIA	78,2	22,69	94,75
ALEMANIA	65,9	17,34	83,25
ITALIA	73,8	18,93	80,2
ESPAÑA	111,7	5,93	118,19
R. UNIDO	116,1	8,04	123,52
BELG./LUX	63,3	17,89	67,36
DINAMARCA	112,5	15,35	125,98
GRECIA	32,4	24,91	52,8
IRLANDA	182,1	5,6	178,54
HOLANDA	79,5	15,19	117,65
PORTUGAL	77,9	6,24	86,12

DATOS DE 1992

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de EUROSTAT, FOOD FOR THOUGHT Y "El Consumo Alimentario en España" (MAPA).

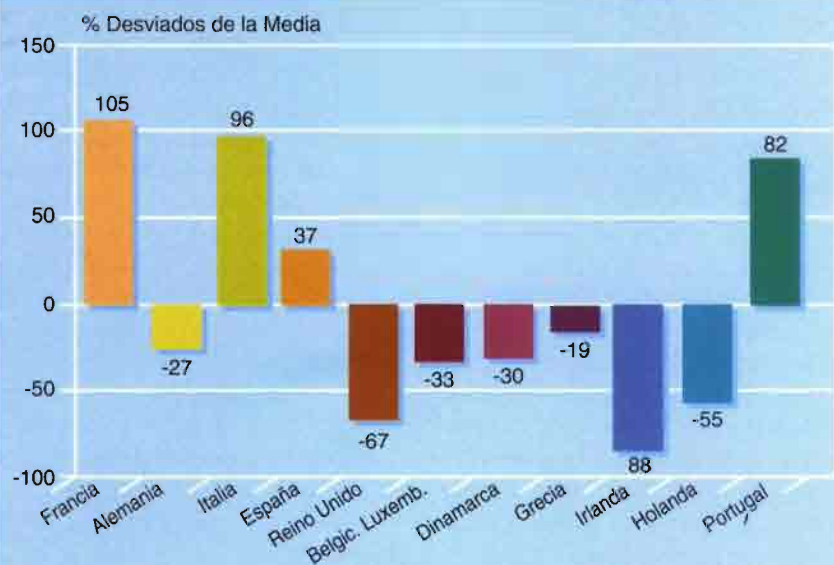
**CUADRO Nº 6**  
**CONSUMO DE BEBIDAS EN LA UNION EUROPEA**  
(Litros por persona y año)

PAISES	VINOS VCPRD	AGUA MINERAL	ZUMOS FRUTA	REFRESCOS	CERVEZA	LICORES
FRANCIA	64,5	91,2	9,1	24,2	39,9	7,33
ALEMANIA	22,8	83,2	33,1	71,6	140,9	5,55
ITALIA	61,6	115,9	10,0	21,3	22,8	23,95
ESPAÑA	32,5	52,9	14,7	64,5	70,5	9,15
REINO UNIDO	10,4	11,5	15,7	72,5	105,8	4,17
BELG./LUX	20,9	100,0	15,0	74,0	113,2	5,33
DINAMARCA	22	12,2	15,7	52,7	125,9	4,35
GRECIA	25,3	21,6	15,4	41,1	37,5	6,59
IRLANDA	3,9	5,0	18,5	66,8	123,4	4,64
HOLANDA	14	14,4	18,7	66,0	90,0	4,92
PORTUGAL	57,2	10,7	4,0	16,8	62,3	2,00

DATOS DE 1992

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de EUROSTAT, FOOD FOR THOUGHT y "El Consumo Alimentario en España" (MAPA).

**CONSUMO DE VINOS EN LA UNION EUROPEA**  
**PORCENTAJES RESPECTO A LA MEDIA**



FUENTES: FOOD FOR THOUGHT- M.A.P.A. Datos de 1992.

tos, pero, eso sí, al final, se escoja la cerveza que se escoja, que son muchas y variadas, el sabor es excelente.

El vino se bebe sólo es las cenas especiales y entre comidas. Resulta un

detalle de distinción pedir una copa de vino en los establecimientos y en las casas en donde se invita a cenar. Los alemanes también beben mucha agua mineral, pero siempre con gas. Es prác-

ticamente imposible conseguir un vaso de agua sin gas, nadie lo entiende o nadie lo quiere entender.

Los alemanes son muy aficionados a quedar con sus amigos para cenar, ya sea en las casas o en restaurantes. Su cena es a las 19 horas y cuando hay invitados se preparan platos que consideran exquisitos, regados con buenos vinos. Si salen a cenar a un restaurante es muy raro que vayan a uno en el que se sirva comida autóctona. Los italianos son los preferidos y luego hay gran proliferación de cocinas orientales. Parece que su comida tradicional no tiene gran importancia para ellos.

Si la cena se hace en casa y a solas es muy posible que sea fría, compuesta por queso o embutido y como mucho un plato de espaguetis.

Curiosamente, cuando tienen tiempo, los alemanes quedan también para desayunar. A primera hora de la mañana, aunque sean platos fríos, comen alimentos salados y dulces, acompañados de panes de diferentes clases comprados en el día. Su preocupación por una alimentación sana les lleva a tomar también yogures y cereales.



del día. Son, en este momento, los mayores consumidores de frutas frescas de la Unión Europea.

### FRANCIA. LA CULTURA DEL BUEN COMER

Comer en Francia es un acto cultural reivindicado por todos y cada uno de los franceses. Tanto es así, que con la crisis se vacían los cines y los teatros, pero nunca los restaurantes. Hay una frase popular en Francia que asegura que una mujer puede pedir la separación de su marido, si éste no la lleva a cenar a un restaurante al menos una vez a la semana. Es de suponer que como las mujeres francesas trabajan en su inmensa mayoría, ya no necesitan que sus esposos las lleven a cenar, pero los restaurantes están siempre llenos y además lo que se sirven son comidas tradicionales de cualquiera de las regiones del país.

Una de las costumbres más arraigadas en los restaurantes franceses es la de hablar con el chef sobre la comida que se va a encargar o que se ha comido. Los cocineros salen y entran de la cocina, permaneciendo largo rato en la zona donde están los comensales, para comentar con ellos la forma en que han preparado la salsa o la pieza de carne que se ha utilizado para el guiso.

En cuanto a los vinos, los franceses no sólo presumen, sino que también los consumen y los aprecian. En los restaurantes se pide el vino correspondiente a la comida regional del lugar y en las casas, los preferidos son los de Burdeos, los del Ródano y, si se quiere llegar a la "cumbre", los de Borgoña. El champagne se toma principalmente como aperitivo y es uno de los orgullos nacionales.

El rito del vino está íntimamente ligado a la cultura francesa, todo el mundo presume de ser un experto y en muchos casos resulta ser verdad. Cuidan todos los detalles: como armonizan con la comida, las copas en las que tiene que servirse, la temperatura y mil pequeñas cuestiones, que a los profanos les pasarían desapercibidas. Tanto entienden de vino, que en muchos

El almuerzo, si es en familia, se hace a la hora que vienen los niños del colegio, aproximadamente a las 13,30 horas. Incluye un plato de sopa y una carne, casi siempre de cerdo con guarnición de verduras y las inevitables patatas. También comen legumbres, en el caso de las lentejas con carne y como plato único y en el de las alubias cocidas como acompañamiento. Si tienen que comer en el trabajo, las comidas son frugales y vuelven a la pizza o las ensaladas.

Durante todo el día beben café, aunque muy aguado y es normal que en las oficinas exista una cafetera colectiva, de la que todo el mundo se echa constantemente. Son habituales las meriendas con café o te y tarta, a la que

le ponen una nata menos dulce que en España, pero de excelente calidad.

En Baviera sigue siendo tradicional comer los días de fiesta codillo de cerdo asado con chucrut y patatas, pero, al mismo tiempo, los alemanes, como los holandeses y daneses, son grandes consumidores de productos ecológicos. Este tipo de alimentación sana y natural tiene mucha importancia en volumen de ventas, pero sobretodo en valor añadido y es España uno de sus más importantes proveedores. Las hortalizas que no han sido cultivadas con productos químicos se encuentran en los mercados en los puestos más destacados. Las frutas también están muy bien consideradas y se comen en grandes cantidades y a cualquier hora

# VINOS DE PANIZA



La **Cooperativa Vitivinícola Nuestra Señora del Aguila** comercializa los vinos elaborados en **Paniza**, un municipio incluido en la **Denominación de Origen Cariñena**, que cuenta con 2.000 hectáreas de viñedo, en las que se obtiene una media anual de ocho millones de kilos de uva, a partir de las variedades "viura", "macabeo", "garnacha" y "tempranillo".

A partir de esta materia prima, de la máxima calidad, se elaboran unos cinco millones de litros de vino por campaña.

**Vinos jóvenes:** blancos, rosados y tintos, con aromas afrutados y florales.

**Vinos de dos años:** combinando juventud y madurez, que dan como resultado un producto armonioso y agradable.

**Vinos reserva y soleras:** de crianza en madera de roble y reposo en botella, con sabores aterciopelados y armónicos.



**COOPERATIVA VITIVINICOLA NUESTRA SEÑORA DEL AGUILA. D.O.CARIÑENA**  
CRTA. ZARAGOZA-VALENCIA KM. 53. TFNO. 976 - 62 27 48  
50480 PANIZA (ZARAGOZA)

casos tienen sus propias bodegas, donde fabrican vinos para consumo propio que muestran a sus invitados como si se tratase de una joya.

Los franceses están siempre pendientes de las críticas gastronómicas que aparecen en los medios de comunicación y la guía Michelin es la biblia a la hora de escoger restaurantes, vinos o comidas. Entienden de gastronomía y hacen de ello una bandera de su identidad y de su cultura, de tal manera que la penetración de costumbres gastronómicas de otros países es casi imposible.

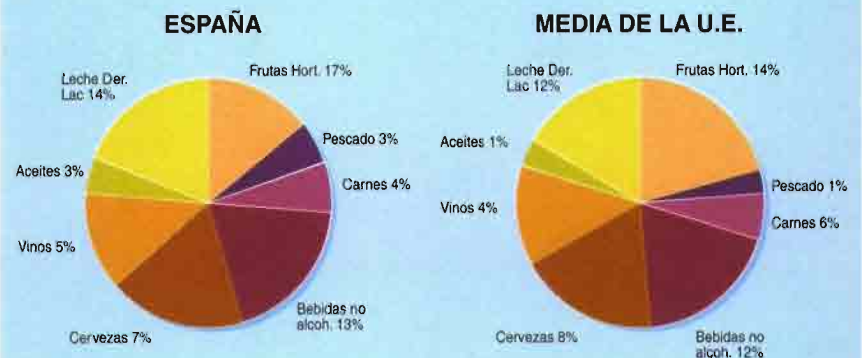
Los franceses asumen con agrado su condición de paisanos y aprecian mucho su agricultura. Como ejemplo, sólo hay que comprobar que el Banco de Crédito Agrícola es el más importante del país. Este talante, llevado a la bolsa de la compra, les hace escoger siempre los productos franceses y no en vano se ha acuñado la palabra "chovinista" para denominar la defensa a ultranza de la idiosincrasia y cultura de un país.

En las zonas rurales la alimentación es más fuerte y abundante que en la capital, pero también es verdad que París está considerado como el gran mercado francés.

Sus desayunos son escasos como en España: café y galletas, eso sí, que sean francesas. La comida se hace siempre sentados a la mesa y con mantel y jarrón de flores. Son muy detallistas y les gustan los sitios con muchos adornos. Empiezan comiendo un mezcla de vegetales crudos y continúan su comida con un filete con patatas. La gente que trabaja suele tener vales de comida para el almuerzo y se complican poco la vida.

Sin embargo, las cenas tienen la categoría de acontecimiento social y culinario. Van al mercado cada día para comprar justo lo que necesitan para cenar por la noche y se gastan mucho dinero porque eligen las piezas de carne, de fruta o de verduras que quieren y las pagan a cualquier precio. Las tiendas pequeñas son las que más clientes tienen y en ellas los productos están muy bien expuestos, porque los franceses también "comen

### ESTRUCTURA DEL CONSUMO ALIMENTARIO EN LA UNIÓN EUROPEA (CANTIDAD EN % SOBRE TOTAL)



FUENTES: FOOD OF THOUGHT Datos de 1992



con los ojos". Nunca comprarían algo con mala pinta o que esté revuelto. A veces son muy esnobistas y les gusta comprar frutas fuera de estación o alimentos poco usuales, con preferencia, como siempre, los que están cultivados, criados o transformados en su propio país. A pesar de todo ello, las frutas españolas, que se recogen antes que las francesas debido a la climatología, son muy apreciadas.

En carnes prefieren la de animales grandes, como el buey, y no se alimentan de terneros ni de corderos lechales. El pescado se considera un artículo de lujo por sus elevados precios. Solo se consume en las zonas costeras y en los restaurantes de muchos tenedores.

Los platos tradicionales más usuales, que se cocinan habitualmente en las casas del francés medio, es el "pot au feu", una especie de cocido madrileño con garbanzos y carne, que comen unido al caldo. También esta la "cassoulet", un guiso de alubias que se

puede asemejar a la fabada asturiana. En las zona de Alsacia, por sus raíces germánicas, se guisa el codillo de cerdo con chucrut.

En los últimos tiempos, la carne de pavo, entero o despiezado, está cada vez más presente en los hogares franceses. Primero por su precio y segundo porque los temas relacionados con las carnes hormonadas han afectado negativamente al consumo de vacuno. También consumen conejo preparado en guisos.

Hay tres productos que los franceses han exportado y que son de alta calidad. Primero el pan, sus industrias son muy buenas y ya es posible comprar una baguette francesa hasta en China. Luego están los derivados lácteos en los que han puesto imaginación y saber hacer. Y, por último, los productos de bollería y pastelería.

Su forma de hacer la masa de postres y bollos es única y los "croissant" se consumen por doquier, aunque

muchas veces sean malas imitaciones de los auténticos.

Es imposible hablar de la comida francesa sin referirse a los "foie" y los quesos. El "foie" se puede hacer del hígado de muchos animales y se toma como aperitivo en frío o acompañando platos y en ensalada caliente.

Los franceses son casi los primeros consumidores del queso del mundo, con unos 23 kilos de queso por habitante y año. Tienen unos 400 quesos agrupados en siete grandes familias: frescos, de pasta blanda, de cabra, de pasta dura, de pasta semi-dura, veteadas y fundidos.

Entre los más conocidos está el brie, el camembert, el emmental y el roquefort. Lo tradicional es sacar la tabla de quesos a la mitad de la comida, entre el primer y segundo plato. Pero también es posible comerlo como aperitivo o dejarlo para los postres. □

ROSA PRADAS.  
Periodista.

# coagra

## Comunicaciones Agrarias

pone a su disposición el nuevo servicio

**Coagra de información**  
agraria/agroalimentaria a través  
de la red IBERTEX.

- Por fin, seleccione sólo las noticias que necesite.
- Disponga de la información al instante de producirse. Las 24 horas
- Conecte con **Coagra** cada vez que lo desee o con nuestra BASE DE DATOS.
- Facilidad de acceso y rapidez de consulta.
- Muy bajo coste.

**ELIJA LA INFORMACION QUE DESEA Y PAGUE SOLO POR ELLA**

Desengaño, 4-3º . 28004 MADRID  
TEL.: (91) 531 11 44 FAX: (91) 531 13 73

NRI \*21308235034 #