

Alimentaria

NUEVOS PRODUCTOS Y GRANDES ALIANZAS COMERCIALES

EL PUNTO DE ENCUENTRO POR EXCELENCIA SE REINVENTA PARA SU 40 ANIVERSARIO

Barcelona acoge del 25 al 28 de abril la mayor oferta de alimentación y bebidas de nuestro país. Este año celebra una fecha muy especial, su 40 aniversario, con nuevos espacios y apostando fuerte por la internacionalización.



La reorganización del salón busca apoyar las pymes y formular nuevas posibilidades de negocio con la alimentación como eje

Queremos ser la vía de acceso más directa, rápida y efectiva a mercados que supongan una oportunidad, sobre todo, para las pymes”, explica el presidente de Alimentaria y de Fira de Barcelona, Josep Lluís Bonet. Los productos “made in Spain” están de moda y este importante salón ferial –que se celebra del 25 al 28 de abril en la Ciudad Condal– es el mejor escaparate para conocerlos, tanto si somos proveedores o responsables de compras de puntos de venta en nuestro país, como para los visitantes internacionales que buscan desarrollar negocio con la gastronomía española como hilo conductor. No en vano se espera que acudan más de 140.000 visitantes, el 35% de fuera de

España, para encontrar oportunidades comerciales y conocer la última innovación del sector.

“En esta edición, la internacionalización e innovación serán protagonistas, pero también la capacidad de hacer negocio”, explica J. Antonio Valls, director general del salón que adelanta el propósito de que la feria resulte “una gran red de contactos y un motor de oportunidades” para que las empresas y visitantes aprovechen al máximo su participación.

Entre los programas de encuentros de negocios, la novedad será el *Intervin Business Meetings*. Por primera vez, el sector vitivinícola tendrá su propio programa con 180 compradores invitados internacionales de esta industria, además el espacio *Vinorum Think* desvelará las últimas novedades del sector y



Los vinos y aceites, junto con los quesos, son algunas de las categorías con más presencia en la feria

vinos más rompedores. Igualmente, tendrá lugar el *Food&Drink Business Meetings*, donde se llevarán a cabo entrevistas entre expositores y compradores no europeos. Por su parte, el *Brokerage Event* será el lugar para concretar acuerdos comerciales y de cooperación tecnológica entre empresas y centros europeos de I+D+i.

The Alimentaria Hub permitirá conocer las últimas tendencias, innovación y negocio del sector. Se realizarán más de 200 actividades, se exhibirán 300 productos novedosos y concertarán unas 10.000 reuniones empresariales con compradores internacionales. Este centro de conocimiento acogerá el 3^{er} Foro Nestlé de Creación de Valor Compartido y el XI Congreso Internacional de Dieta Mediterránea. Asimismo, habrá conferencias, seminarios, exposiciones, áreas de networking y de asesoramiento para exportar y una zona para que profesionales e inversores descubran startups tecnológicas con proyectos para el sector de la alimentación y la gastronomía.

Precisamente, en el marco de Alimentaria tendrá lugar el congreso internacional *The Food Revolution Forum*, organizado por Reimagine Food, que reunirá cerca de 100 ponentes de todo el mundo que analizarán, desde diferentes ángulos, el futuro de la alimentación. **RA**



5 SALONES Y ESPACIOS SECTORIALES

- **Multiple Foods:** productos alimenticios diversos. Entran las participaciones agrupadas de origen internacional, Lands of Spain –de origen autonómico–, alimentos saludables, dieta mediterránea, snacks, productos delicatessen y conservas. Se incluye un espacio premium, la barra de aceites y otro dedicado a la dieta halal (Pabellón 1,2 y3).

- **Intervin:** vinos, sidras y espirituosos, con el espacio Vinorum y los 50 vinos rompedores (Pabellón 3).

- **Interlact:** productos lácteos y derivados, espacio *Land of 100 cheeses* (Pabellón 4).

- **Intercarn:** productos cárnicos y derivados (Pabellón 5).

- **Restaurama:** Alimentación fuera del hogar, pastelería, panadería y heladería, productos semielaborados y congelados. Espacio *Alimentaria Tech*, de equipamientos y servicios, productos cárnicos y derivados (Pabellón 6).



- **The Alimentaria Hub:** *Think Tank* con presentaciones, conferencias, congresos y otras actividades de divulgación. Exposición de 300 productos innovadores (Pabellón 3).

- **The Alimentaria Experience:** Demostraciones y talleres culinarios a cargo de chefs con estrellas Michelin y jóvenes cocineros emergentes, sesiones de coctelería, turismo enogastronómico y food trucks (Pabellón 6).

J. Antonio Valls

DIRECTOR DE ALIMENTARIA 2016

“Ayudamos a identificar grandes oportunidades de negocio en nuestro país y en el exterior”

Con 40 años de historia, Alimentaria es la mayor feria que la industria de alimentación y bebidas celebra en España y una de las primeras del mundo en su especialidad. Hoy en día es una eficaz plataforma de negocio, innovación e internacionalización para más de 3.800 empresas de 50 países que participan. El director de Alimentaria Exhibitions, J. Antonio Valls, nos desvela cómo exprimir al máximo esta cita.



RA. Alimentaria 2016 es un gran escaparate de las tendencias ¿Cuáles serán este año?

J. Antonio Valls (JAV). Veremos cómo la industria alimentaria y la distribución siguen adaptándose a un comprador más exigente, que demanda novedades, que busca lo ecológicamente sostenible, que se siente motivado por un consumo inteligente, gratificante, cómodo y fácil. Sin duda, la segmentación para llegar a todo tipo de públicos y factores como la conveniencia, la salud y la alta gama o premium marcarán la innovación en el sector estos próximos meses.

RA. En el año de su 40 aniversario estrenarán una sectorización diferente...

JAV. Se estructurará únicamente en cinco salones temáticos en vez de en 14 como hasta ahora:

con la incorporación de Multiple Foods (multiproducto del dulce, conservas, aceites y productos premium). Con esta mayor especialización y reorganización de la oferta buscamos reflejar mejor las tendencias de mercado, reforzar el posicionamiento de la feria en restauración y gastronomía, así como facilitar la visita de profesionales de cadenas de distribución, canales de venta e importación.

RA. ¿Qué tipo de expositores nos encontraremos?

JAV. Contaremos con unas 3.800 empresas, un millar internacionales de más de 50 países. El perfil mayoritario es el de pymes, aunque también encontramos a los gigantes del sector. Todos ellos saben que el salón contribuye a abrir nuevos mercados en el exterior y les ayuda a identi-

car oportunidades de negocio en nuestro país. Se pueden conseguir buenos contactos con profesionales de la distribución, retail, food service y canal horeca nacionales e internacionales que acuden a conocer novedades, proveedores y las últimas tendencias de la industria de alimentación y bebidas.

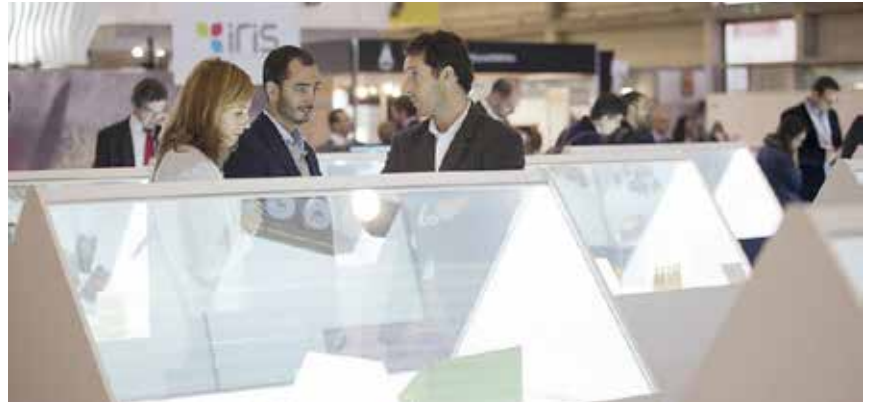
RA. En cuanto al visitante internacional, ¿qué mercados serán los predominantes?

JAV. Las empresas son conscientes que vender en el exterior, innovar e incrementar el valor añadido de sus productos y servicios es imprescindible o, incluso yo diría obligatorio, para competir. La internacionalización es una de nuestras prioridades, empieza en casa y por eso el sector español participa en Alimentaria: para mostrar al mundo nuestra cali-

dad y variedad. La feria tiene un buen posicionamiento y gran poder de convocatoria de visitantes de Latinoamérica, el área mediterránea y Europa y está creciendo en Asia. También resultamos de interés para muchos expositores internacionales que la ven como puente para acceder a mercados de estas áreas geográficas, además del español.

Atraer a prescriptores RA. ¿Qué programas emplea Alimentaria para favorecer este contacto?

JAV. En la pasada edición, de los 140.000 visitantes recibidos unos 42.000 llegaron de más de 140 países. Queremos conseguir invitar directamente a un mayor número de profesionales internacionales con poder de prescripción o decisión de compra. Nuestro objetivo es identificar y atraer a más de 800 compradores clave y promover la celebración de más de 10.000 reuniones de negocio entre expositores y visitantes extranjeros. Contamos con programas específicos como el *Hosted Buyers* y los *Food&Drinks Business Meetings*, or-



En *Alimentaria Hub* se mostrarán las tendencias e innovaciones que poco después triunfarán en los supermercados y tiendas especializadas de alimentación

ganizados junto con *Fiab*, *Icex* y el *Magrama*, entre otros. Pongamos el foco especialmente en Europa y Latinoamérica, así como en países asiáticos, Oriente Medio y Norteamérica.

RA. Un aliciente para que fabricantes y distribuidores abran su miras más allá de nuestras fronteras.

JAV. Efectivamente, hemos alcanzado un reconocimiento internacional nunca visto. Todo ello suma y crea un contexto favora-

ble para que las empresas agroalimentarias exporten más. Por eso *Alimentaria* quiere mostrar a sus visitantes esas importantes sinergias y oportunidades entre industria y gastronomía, tamaño y competitividad. Sin descuidar, claro está, las que se pueden dar en nuestro propio mercado nacional. **RA**



Consulta el listado de expositores de *Alimentaria 2016*

ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BACALAO DESALADO, SALADO Y CONGELADO

Bacalaos Alkorta

www.bacalaosalkorta.com

Porque la Calidad importa



Lomo Alta Cocina

