

Comunicado de prensa

26 de noviembre de 2009

55 periodistas extranjeros asistieron a la presentación internacional del salón

Alimentaria reunió a la prensa especializada internacional y las principales autoridades españolas del sector

Autoridades, líderes de opinión y altos directivos de Alimentaria compartieron una jornada de conferencias en las que se analizó la situación actual y perspectivas del sector agroalimentario y se dieron a conocer las principales novedades de la feria, que tendrá lugar en el recinto Gran Vía de Barcelona (España) entre el 22 y el 26 de marzo próximo.

La Casa Llotja de Mar de Barcelona acogió la presentación de la gran feria de alimentación y bebidas española ante 55 periodistas especializados procedentes de más de 30 países de todo el mundo. Un evento de altísimo nivel que contó con la participación del conseller Joaquim Llena; el secretario de Estado Josep Puxeu; el vicepresidente ejecutivo del ICEX, Ángel Martín Acebes y su director general de Promoción, Jaime Montalvo; el presidente de FIAB, Jesús Serafín Pérez y su presidente de la Comisión de Internacionalización, José Carlos Lacasa; el presidente del Comité Organizador de Alimentaria, Josep-Lluís Bonet; el máximo ejecutivo de Alimentaria, J. Antonio Valls; el director de Alimentaria Exhibitions, Francisco Carrió; el profesor de Economía del IESE Antonio Argandoña; el presidente de Innoval, Josep Arcas; el presidente de la Asociación para el Desarrollo de la Dieta Mediterránea, Francisco Sensat, y el chef Fermí Puig, miembro del Comité Técnico de BCNVanguardia. La consultora Synovate presentó las principales líneas de actuación del estudio “Qué espera el consumidor de las marcas. El rol del fabricante como gestor de marca”.

Los principales ejes estratégicos sobre los que girará Alimentaria 2010 –que tendrá lugar en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona entre el 22 y el 26 de marzo– serán la internacionalización, las marcas y la innovación.

La globalización, el gran reto

Tras subrayar la espectacular evolución de la feria en los últimos 10 años, **J. Antonio Valls, máximo ejecutivo de Alimentaria y director general adjunto de Alimentaria Exhibitions**, puso énfasis en la globalización del mercado y el consumo como gran reto de la industria. “Alimentaria tiene que ser una plataforma global, mirar hacia fuera. Por eso hemos incrementado un 30% la inversión en proyectos internacionales y para conocer más de cerca a los compradores extranjeros hemos desarrollado el programa Hosted Buyers junto con FIAB y otros partners”. Por otra parte, defendió la marca como “patrimonio de un país” a la que hay que dotar de “mayor notoriedad y diferenciación”. También destacó que la “capacidad para reinventar contenidos e impulsar proyectos nuevos” se plasmará en iniciativas como Innoval, Best Pack, BCN Vanguardia, Taste & Flavours of Spain y otros proyectos de I+D+ i. En este sentido, **Joaquim Llena, conseller del Departament d’Agricultura, Alimentació i Acció Rural de la Generalitat de**

Más información en www.alimentaria-bcn.com

Departamento de Comunicación y Prensa - +34 93 452 11 04 – prensa@alimentaria.com

Alimentaria 2010

Barcelona 22 - 26 Marzo / March - Fira de Barcelona. Gran Via

Comunicado de prensa

26 de noviembre de 2009

Catalunya indicó que “la innovación es, junto con la internacionalización, el estímulo más importante para nuestras empresas, la puerta abierta a la normalidad y lo que nos hará sobrevivir, y Alimentaria es garantía de ello”. El conseller remarcó que “el sector agroalimentario es el primero en España y Europa, pero sobre todo es el primero en Cataluña, donde supone más del 17% del PIB. Es un sector estratégico para nuestra economía y para salir de la crisis”. Al respecto, Llena se mostró convencido de que “Alimentaria es un test que marca el camino del sector y creemos que se superará con buena nota”.

Una macroferia al servicio de la industria alimentaria

Josep-Lluís Bonet, presidente del comité organizador de Alimentaria, señaló que “Alimentaria 2010 se prepara para convertir Barcelona en la capital mundial de la alimentación, una de las más decisivas en el ámbito internacional y un auténtico manifiesto a favor de las marcas y sus atributos” y explicó que este año la feria se celebrará en un único emplazamiento por la insistente petición de las marcas participantes y los compradores asistentes.

También **J. Antonio Valls** constató la conveniencia de haber reordenado todos los pabellones en un mismo recinto, que ocupará una superficie total de 94.500 m². No obstante, afirmó que en el contexto ferial “ya no prima el metro cuadrado, sino que las ferias se miden por un retorno de la inversión. En un entorno tan cambiante y competitivo, es necesario demostrar rentabilidad. Por eso para Alimentaria 2010 hemos tenido que replantear el salón, sin perder su esencia, para responder a los nuevos retos de la industria”.

Por su parte, **Francisco Carrió**, director general de Alimentaria Exhibitions - empresa organizadora del salón, *joint-venture* entre Reed Exhibitions y Fira de Barcelona-, quiso constatar que Alimentaria, “un modelo que ha triunfado en Barcelona y se ha trasladado a Lisboa, México y Buenos Aires”, tiene como prioridad “servir al desarrollo de la industria agroalimentaria internacional y para ello generamos contactos, contenidos y comunidades que pretenden influir en el negocio”.

Más presencia exterior para salir de la crisis

Según datos facilitados por **Josep-Lluís Bonet**, de las 5.000 empresas expositoras que participarán en Alimentaria 2010 unas 1.500 serán extranjeras y ocuparán un 15% del espacio de la feria, es decir, 15.000 m². A la creciente presencia de expositores asiáticos (**China, Indonesia o India** consolidan su compromiso con Alimentaria y se suman las participaciones agrupadas de **Corea, Singapur o Vietnam**) se unirá por primera vez en esta edición Sudáfrica, con un stand institucional. Además, se espera recibir a unos 150.000 visitantes, de los que un 20% procederán del exterior. “Viendo las cifras que manejamos actualmente, estamos seguros de que la 18ª edición de Alimentaria será un éxito” auguró Bonet, que destacó que la de 2010 será una feria “muy dinámica en cuanto a actividades y más internacional, puesto que ante la actual coyuntura económica las empresas deben afrontar sin complejos su salida al exterior”.

Más información en www.alimentaria-bcn.com

Departamento de Comunicación y Prensa - +34 93 452 11 04 – prensa@alimentaria.com

Alimentaria 2010

Barcelona 22 - 26 Marzo / March - Fira de Barcelona. Gran Via

Comunicado de prensa

26 de noviembre de 2009

En este sentido **Ángel Martín Acebes**, vicepresidente ejecutivo del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), apuntó que el sector agroalimentario supone el 15% de las exportaciones totales españolas y que 9.000 de las 30.000 empresas que integran el negocio en nuestro país han exportado regularmente en los últimos cuatro años. Según Acebes, “las empresas que salieron al exterior han llevado mejor la crisis”. Por otra parte, elogió a Alimentaria, a la que considera “una de las ferias españolas de las que más orgullosos podemos estar”, y destacó que “el sector agroalimentario español, que ofrece un superávit en su balanza comercial de más de 700 millones de euros, es un modelo de exportación, competitividad, innovación y colaboración institucional”.

El director de Promoción del ICEX, **Jaime Montalvo**, añadió que “los productos españoles no funcionan por precio sino por calidad, por su capacidad de llegar al cliente y satisfacer unas necesidades cada vez más complejas” y remarcó la necesidad de “posicionar en el mundo la marca Food & Wines from Spain en el segmento del producto de calidad, para lo que contamos con la gran ayuda de los chefs españoles”. Siguiendo esta línea, **Fermí Puig**, chef director de los restaurantes **Drolma y Petit Comité** (1 estrella Michelin) y miembro del Comité Técnico de BCNVanguardia, resaltó la importancia de emprender estrategias directas para la creación de la marca España en todo el mundo a través de nuestros productos y formatos, como las tapas. Asimismo, Puig presentó las líneas estratégicas de la próxima edición de BCNVanguardia, un congreso que tradicionalmente cuenta con la participación de Ferran Adrià: sostenibilidad, marca y marketing en la restauración del futuro, nuevos modelos y la cocina española en el mundo.

El relevante papel de Alimentaria como impulsor de la industria

Jesús Serafín Pérez, presidente de FIAB, la patronal europea CIAA y del salón **Expobebidas**, subrayó que Alimentaria 2010 “juega un importante papel como foro de la industria alimentaria española pero también europea”, y recordó que el sector genera en Europa 930.000 millones de euros anuales y aporta un salto positivo en la balanza comercial, ya que la Unión Europea exporta productos alimentarios por valor de 55.000 millones de euros. Jesús Serafín Pérez destacó que “FIAB y Alimentaria han crecido de la mano, sobre todo en los mercados exteriores”. El líder de la patronal europea de alimentación y bebidas hizo especial hincapié en la fortaleza, solidez y solvencia de la industria alimentaria española, así como la imparable salida al exterior en los últimos años, aportando datos tan positivos como el hecho de que hoy en día “las exportaciones alimentarias españolas totales equivalen casi a las importaciones totales que España realiza de China”, es decir, cerca de los 18.700 millones de euros.

Por su parte, **Josep Puxeu**, secretario de Estado de Medio Rural y Agua calificó Alimentaria 2010 como “la feria de la recuperación, inicio de la vuelta a la normalidad de la fiesta del consumo”. Puxeu constató que “el sector agroalimentario español sigue creciendo en volumen (un 1,4%). Aunque hay cierta bajada en valor, la caída de empresas durante la atonía ha sido mínima”.

Más información en www.alimentaria-bcn.com

Departamento de Comunicación y Prensa - +34 93 452 11 04 – prensa@alimentaria.com

Alimentaria 2010

Barcelona 22 - 26 Marzo / March - Fira de Barcelona. Gran Via

Comunicado de prensa

26 de noviembre de 2009

Asimismo, el secretario de Estado destacó que “es un sector líder porque ha sabido adaptar su oferta a la demanda cambiante del mercado y ese valor de liderazgo y su capacidad de resistencia puede demostrarse en Alimentaria 2010”.

“Alimentaria se nutre de empresarios y empresas que quieren vender, hacer negocio. Por eso la feria está planteada con el fin de ser útil a la empresa, por ejemplo montando entrevistas a los compradores para que su presencia sea lo más provechosa posible”, según **José Carlos Lacasa, presidente de la Comisión de Internacionalización de FIAB, presidente de los Proyectos Internacionales de Alimentaria y presidente de Mundidulce**, quien también subrayó que hoy en día “una feria o es internacional o no tiene razón de ser”. Lacasa dejó constancia que en la pasada edición de Alimentaria tuvieron lugar 7.800 reuniones internacionales, entre las que destacaron por su gran éxito de convocatoria los encuentros de Tecnología e Innovación.

Alimentaria 2010 coincidirá con la recuperación del consumo doméstico

En su conferencia “Situación económica española: realidad y perspectivas”, **Antonio Argandoña, profesor de economía de IESE-Business School**, vaticinó que “la economía española no despegará hasta final de 2010, aunque como el consumo en los hogares no ha bajado tanto, se espera que empiece a remontar ya a mitad del año próximo”. El prestigioso doctor en economía y titular de la cátedra La Caixa de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo de IESE, observó que durante el último año “el consumidor se ha vuelto conservador, pesimista, escéptico, infiel y oportunista: compara mucho y alarga la vida útil de sus bienes de consumo, aunque se concede pequeñas gratificaciones y ahora empieza a darse cuenta de que no necesita apretar tanto”.

Pese a mostrarse “optimista” respecto a la etapa dura de la economía española, ya que “la gente está dispuesta a lo que haga falta y abierta a aceptar reformas estructurales”, Argandoña consideró que “el empleo no subirá hasta 2011, la recuperación del nivel de vida anterior a la crisis no se dará antes de 2014 y hasta dentro de 8 ó 10 años no podremos crecer más del 1 ó 2%”.

Por otra parte, **Gerardo Fuksman, director de BD & Client Service de Synovate** presentó las principales líneas de actuación del estudio “Qué espera el consumidor de las marcas. El rol del fabricante como gestor de marca”, encargado por Alimentaria a esta consultora. De este informe, que será la base del Foro Internacional de la Alimentación 2010, se desprende que el consumidor sigue deseando y necesitando a las marcas en tanto que “es una necesidad humana y antropológica tener signos de pertenencia, de diferenciación, de distinción, de status, de seguridad, de confort o de poder”. Fuksman también puso de manifiesto que la marca “es un signo que varía en el tiempo porque cambian los valores y las necesidades. Por eso necesitamos adaptarnos y asignar a nuestras marcas el rol que les corresponde”.

Precisamente, Innoval 2010, el área de Alimentaria dedicado en exclusiva a I+D+i, se volcará en destacar el valor de la marca. Según su presidente, Josep Arcas, “la existencia de las marcas depende de la innovación, por lo que Innoval tiene más

Más información en www.alimentaria-bcn.com

Departamento de Comunicación y Prensa - +34 93 452 11 04 – prensa@alimentaria.com

Alimentaria 2010

Barcelona 22 - 26 Marzo / March - Fira de Barcelona. Gran Via

Comunicado de prensa

26 de noviembre de 2009

sentido que nunca, ya que es un escaparate muy importante” y añadió que “sin marcas no se puede internacionalizar”.

Finalmente, **Francisco Sensat, presidente de la Asociación para el Desarrollo de la Dieta Mediterránea** –organizadora, junto con Alimentaria, de la octava edición del Congreso Internacional de la Dieta Mediterránea-, se mostró esperanzado en que dentro de un año este patrón alimenticio sea catalogado como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. El Congreso, que reunirá a más de 200 especialistas de todo el mundo, contribuirá decisivamente a impulsar la candidatura.

55 medios internacionales invitados

Un total de 55 periodistas extranjeros participaron en la presentación internacional de Alimentaria 2010, en representación de las publicaciones de referencia del sector de la alimentación y bebidas. Además de asistir a la rueda de prensa en la Casa Llotja de Mar, durante dos días los periodistas -procedentes de 31 países de Europa, Asia, América y África- disfrutaron de un intenso programa de actividades lúdicas y gastronómicas en Barcelona.

Más información en www.alimentaria-bcn.com

Departamento de Comunicación y Prensa - +34 93 452 11 04 – prensa@alimentaria.com