

Alimentaria 2010

La gran feria tendrá tres ejes estratégicos: marcas, internacionalización e innovación

A mediados de noviembre periodistas de todo el mundo, autoridades españolas, y altos directivos de Alimentaria compartieron una jornada de conferencias en la bella ciudad de Barcelona. Allí se analizó la situación económica actual y las perspectivas del sector agroalimentario. También se presentaron las principales novedades de Alimentaria 2010, que tendrá lugar en el recinto Gran Vía de Barcelona entre el 22 y el 26 de marzo próximo.

La histórica Casa Llotja de Mar de Barcelona fue el sitio elegido para la presentación internacional de la gran feria española de alimentación y bebidas. En un acontecimiento de alto nivel, y ante 55 periodistas especializados procedentes de más de 30 países, se expusieron los ejes estratégicos -internacionalización, marcas e innovación- sobre los que girará la próxima edición de Alimentaria 2010.

Fue un encuentro 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. Asimismo, la consultora Synovate presentó las principales líneas del estudio "Qué espera el consumidor de las marcas. El rol del fabricante como gestor de marca".

Participaron del encuentro periodistas extranjeros responsables de las publicaciones de referencia del sector de la alimentación y bebidas. En representación de las revistas de Publitec participó nuestro director



Acto inaugural de la Rueda de Prensa y vista general de la Sala dels Cònsols de la Casa Llotja de Mar

Néstor Galibert (h). Además de asistir a la rueda de prensa los periodistas –procedentes de 31 países de Europa, Asia, América y África– recibieron una magnífica atención y disfrutaron de un intenso programa de actividades lúdicas y gastronómicas en Barcelona.

La globalización, el gran reto

Tras subrayar la espectacular evolución en los últimos diez años, J. Antonio Valls, máximo ejecutivo de la feria 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 de Alimentaria para reinventar contenidos e impulsar proyectos nuevos"*, lo que se plasma en iniciativas como Innoval, Best Pack, BCN Vanguardia, Taste Et Flavours of Spain y otros proyectos de I+D+ i.

También Valls resaltó la conveniencia de alojar todos los pabellones en un mismo recinto –el de la Gran Vía–, que ocupará una superficie de 94.500 m². No obstante, afirmó que en el contexto ferial *"ya no prima el metro cuadrado: las ferias se miden por un retorno de la inversión. En un entorno tan cambiante y competitivo, es necesario demostrar rentabilidad"*.

Por su parte, José Carlos Lacasa, presidente de la Comisión de Internacionalización de FIAB, presidente de los Proyectos Internacionales de Alimentaria y presidente de Mundidulce, subrayó que hoy *"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 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"*, afirmó.

Una gran feria al servicio de la industria alimentaria

Josep-Lluís Bonet, presidente del comité organizador, 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"*. Por su parte, Francisco Carrió, director general de Alimentaria Exhibitions –empresa organizadora del salón– aseguró que la feria constituye *"un modelo que*

Alimentaria 2010

Salón Internacional
de la Alimentación y
Bebidas

Barcelona. España
22 - 26 Marzo
Fira de Barcelona
Gran Vía

Alimentaria Exhibitions
FIRA DE BARCELONA & FIAB EXHIBITIONS JOINT VENTURE
www.alimentaria-bcn.com



Sr. Jesús Serafín Pérez (Presidente de FIAB, Presidente del Consejo de Administración de la Confederación Europea de Industrias Alimentarias (CIAA), Presidente de Expobebidas), Sr. Josep-Lluís Bonet (Presidente del Comité Organizador de Alimentaria, Presidente de Freixenet, Presidente de Fira de Barcelona), Hble. Sr. Joaquim Llena (Conseller del Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural de la Generalitat de Catalunya), Sr. Josep Puxeu (Secretario de Estado de Medio Rural y Agua), Sr. Ángel Martín Acebes (Vicepresidente Ejecutivo del Instituto Español de Comercio Exterior-ICEX), y Sr. Juan Ignacio Lladó (Miembro del Pleno de la Cámara de Comercio de Barcelona, Director General Hochland Española, Vocal del Comité Organizador de Alimentaria).

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 genera contactos, contenidos y comunidades que influyen en el negocio".

Más presencia exterior para salir de la crisis

De las 5.000 empresas 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 e India consolidan su compromiso y se suman las participaciones de Corea, Singapur y Vietnam) se unirá por primera vez en esta edición Sudáfrica. 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".

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 (una estrella Michelin) y miembro del Comité Técnico de BCN Vanguardia, resaltó la importancia de emprender estrategias directas para la creación de la marca España en todo 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. 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. Por su parte, Josep Puxeu, Secretario de Estado de Medio Rural y Agua calificó Alimentaria 2010 como "la feria de la recuperación, de la vuelta a la normalidad de la fiesta del consumo". Puxeu destacó que "el alimentario 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 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: compra mucho y alarga la vida útil de sus bienes de consu-

mo, aunque se concede pequeñas gratificaciones y ahora empieza a darse cuenta de que no necesita apretar tanto". Pese a mostrarse optimista con respecto a la etapa dura de la economía española, 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. 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 dedicada 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 sentido que nunca, ya que es un escaparate muy importante. 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.



Sr. Antonio Argandoña (Profesor de Economía de IESE-Business School) y Sr. J. Antonio Valls (Director de Alimentaria y Director General Adjunto de Alimentaria Exhibitions).



Sr. J. Antonio Valls (Director de Alimentaria y Director General Adjunto de Alimentaria Exhibitions)



- Bombas de simple y doble tornillo para procesos alimenticios.
- Fabricación en la Argentina, más de 85 agentes de servicio a nivel mundial.
- Diseño y calidad Joh. Heint. Bornemann de Alemania ISO 9001, ISO 14001 y diseños certificados 3A de USA.
- Desarrollos especiales.
- Bombas lobulares, centrifugas ultra-sanitarias y dosificadoras.

Bombas Bornemann S.R.L. - Tel.: 0054-11-4756-8008
info.ar@bornemann.com - www.bornemann-ar.com



Para cada trabajo tenemos la bomba adecuada