



# ALIMENTARIA renueva su modelo con más internacionalización y participación sectorial

Alimentaria presenta su mayor edición de los últimos años para ofrecer a la industria de la alimentación, bebidas y foodservice una gran plataforma de internacionalización y negocio. La celebración junto a Hostelco potencia las sinergias con un sector como el de la hostelería y la restauración que permite convocar en conjunto a más de 4.500 empresas expositoras, el 27% procedentes de fuera de España.



Con más de 100.000 m<sup>2</sup> de superficie expositiva neta -casi todo el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona- la celebración simultánea, del 16 al 19 de abril, con Hostelco, el Salón Internacional del Equipamiento para la Restauración, Hotelería y Co-

lectividades, supone la creación de una de las mayores plataformas internacionales para la industria de la alimentación, la gastronomía y el equipamiento hostelero al mostrar tanto a la distribución como al canal Ho- reca la oferta más com-

pleta y transversal.

Para Antonio Valls, director general de Alimentaria Exhibitions y del salón, uno de los rasgos definitorios de Alimentaria es “su constante evolución, con el objetivo de adaptarse al

mercado y apostar por sectores innovadores, en crecimiento y con un alto valor añadido. En este sentido, queremos potenciar la complementariedad existente entre estas dos grandes ferias y ofrecer así una gran plataforma de negocio

a los profesionales”. En opinión de Valls, la celebración conjunta de ambos salones “contribuye a poner en valor la gastronomía y las industrias alimentaria y turística, evidenciando la importancia estratégica de estos sectores para la economía española, que en conjunto representan más del 25% del PIB”.

## Potenciar la internacionalización

Alimentaria 2018 pone además el foco en facilitar el contacto entre compradores internacionales y sus empresas expositoras, procedentes de más de 70 países, entre ellos Alemania, Argentina, Bélgica, China, Ecuador, Estados Unidos, Holanda,





Hong-Kong, México, Rumanía, Rusia, Tailandia y Turquía. Se espera que el 30% de los visitantes previstos sea de fuera de España.

En este sentido, el presidente de Alimentaria y de Fira de Barcelona, Josep Lluís Bonet, subraya que el salón “es la vía de acceso más directa, rápida y efectiva a todos los mercados que suponen una oportunidad para las empresas alimentarias y, sobre todo, una plataforma de internacionalización única para las pymes, que componen la mayor parte del tejido empresarial del sector”.

Así, con el objetivo de ayudar a internacionalizar la empresa agroalimentaria y abrir oportunidades en el exterior a los alimentos y bebidas españoles, el evento ha incrementado su inversión para invitar

a 800 compradores internacionales clave -un 30% más que en la anterior edición-, importadores y grandes operadores de la distribución y el canal Horeca, y una cifra importante de compradores de alto nivel tanto nacionales como internacionales que participarán en unas 11.200 reuniones de negocios con las firmas expositoras y tendrán un papel activo en diversos espacios generadores de oportunidades exportadoras.

Entre estos programas de encuentros de negocios, tendrán lugar los Food&DrinkBusinessMeetings, donde se llevarán a cabo entrevistas entre expositores y compradores de fuera de Europa; y el Intervin Business Meetings, que posibilitará a las bodegas participantes mantener rondas de entrevistas con cerca de 300

importadores, distribuidores y operadores vinícolas interesados en descubrir la diversidad y calidad de los vinos españoles.

Además de la captación de estos compradores internacionales, Alimentaria cuenta con un programa de promoción para detectar nichos estratégicos en mercados exteriores, atraer a profesionales de todo el mundo y superar los 42.000 visitantes internacionales que se registraron en la pasada edición del salón.

El foco de estas acciones se sitúa en los mercados preferentes para la agroindustria española como es el caso de la Unión Europea, que según datos de FIAB concentra el 66% de sus exportaciones; Estados Unidos, principal mercado exterior después de la UE con el 5,6 % de cuota y 1.500 mil millones de euros en 2016; los mercados latinoamericanos, para los que Alimentaria es un puente de acceso natural y donde la industria alimentaria española factura cerca de 900 millones de euros al año; los países del Magreb y del arco mediterráneo; y el continente asiático, con China a la cabeza que importa ya alimentos y bebidas españoles por valor de 1.112 millones de euros.

Para impulsar esta internacionalización, la feria ha firmado acuerdos estratégicos con entidades como la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), ICEX España Exportación e Inversiones, el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA), la Federación Española del Vino (FEV), la Federación Española de Hostelería (FEHR) y la Asociación de Fabricantes y Distribuidores de España (AECOC), entre otras.

## MÁS OFERTA SECTORIAL, INNOVACIÓN Y GASTRONOMÍA

En 2018, Alimentaria refuerza sus salones locomotora: Intervin, Intercarn y Restaurama, además de Expoconser, Interlact, y Multiple Foods, el salón de los productos de gran consumo y las tendencias en alimentación, que agrupa los International Pavilions, Lands of Spain, Snacks, Biscuits & Confectionary, Mediterranean Foods, Organic & Functional Foods, Grocery Products, y Fine Foods. A todos ellos, cabe sumar Alimentaria Premium, una exclusiva zona de productores y elaboradores de auténticas joyas de la gastronomía.

El impulso a la innovación y la calidad gastronómica serán las grandes señas de identidad de Alimentaria. Por eso, además de promover oportunidades de negocio, las actividades del salón estarán dirigidas a impulsar la innovación en el sector, a detectar sus principales tendencias y a potenciar las conexiones entre las industrias alimentaria, gastronómica y turística.

En The Alimentaria Hub y The Alimentaria Experience, las grandes áreas temáticas del evento, tendrán lugar más de 200 actividades. The Alimentaria Hub será el gran espacio de conocimiento, tendencias, innovación y negocio para todos los agentes que intervienen en la cadena de valor de la industria de alimentación y bebidas. Por su parte, The Alimentaria Experience acogerá, en Restaurama, talleres, aulas gastronómicas y showcookings.