



Nota
de Prensa

Alimentaria 2010 apuesta por la internacionalización como respuesta a la crisis

Internacionalización más que nunca

Los "Food & Drink Business Meetings", encuentros que organizará FIAB en el marco del salón, permitirán que grandes compradores de grupos de distribución internacionales cierren una agenda de reuniones con empresarios de la industria agroalimentaria española

Madrid, 3 de noviembre de 2009.- Alimentaria presentó ayer las líneas estratégicas de su decimoctava edición que tendrá lugar del 22 al 26 de marzo de 2010 en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona. El salón espera contar con cerca de 5.000 empresas de 75 países que ocuparán unos 94.500 m2 y prevé la participación de 150.000 profesionales

Así lo detalló el presidente de Alimentaria y de Fira de Barcelona, José Luis Bonet, en la presentación de la feria celebrada ayer en Madrid, en la que participó FIAB. Según Bonet, el porcentaje de contratación conseguido hasta ahora (70%) muestra que "las empresas siguen viniendo a Alimentaria, pero con sentido de la moderación", en un contexto "duro" de crisis, asegurando que, de cara a 2010, la organización ha querido enfatizar la potenciación de las marcas y la internacionalización.

Bonet, que recordó que esta es la segunda feria mundial del sector, avanzó que Alimentaria dedicará un espacio a la marca en el que se analizarán los atributos asociados a este concepto, como son "confianza, seguridad, calidad e innovación".

En cuanto en la internacionalización del encuentro destacó que, de los 150.000 visitantes que se prevé acudan a Alimentaria 2010, 30.000 serán extranjeros, y que, de las 5.000 empresas que expondrán sus productos, unas 1.500 serán de otros países.

Por su parte, el vicepresidente de Alimentaria y secretario general de la Federación de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), Jorge Jordana, destacó el comportamiento anticíclico del sector alimentario español, lo que le favorece en contextos económicos desfavorables como el presente. "Somos un sector solvente, sin excesivos problemas de financiación y con empresarios dignos de confianza", apuntó Jordana.

A pesar de ello, hizo hincapié en la difícil situación que atraviesa el mercado interior, afirmando que, en este contexto, "la palanca para salir fortalecidos de la crisis" es la internacionalización.

Jordana, insistió, en este sentido, en que Alimentaria es “una gran feria con vocación internacional y un acto de gran relevancia en el proceso de internacionalización de la industria española de alimentación y bebidas”.

Ejemplo de ello son los encuentros internacionales "*Alimentaria Food & Drink Business Meeting*", que la Federación organizará en el marco de la feria permitiendo que más de 150 compradores de los grandes grupos de distribución internacionales cierren una agenda con compradores de la industria agroalimentaria española.

El Secretario General de FIAB destacó "la labor de esta Federación para impulsar la internacionalización del sector, aportando excelentes fórmulas de coordinación conjunta de todos los agentes implicados en el exterior como el Plan China, puesto en marcha con la colaboración del ICEX, MARM, Cámaras de Comercio y los organismos de promoción exterior de las CC.AA o su réplica, el Plan India, en el que la Federación está trabajando actualmente”.

Jordana instó a internacionalizar para salir “reforzados” de la crisis, ya que los grandes mercados mundiales como China, India, Brasil, Estados Unidos y resto de Europa están saliendo de ella y son “potencialmente países compradores”.

El director general adjunto de Alimentaria Exhibitions y máximo ejecutivo de Alimentaria, Toni Valls, subrayó, por su parte, que el presupuesto destinado a fomentar la internacionalización de la feria se ha incrementado en un 30 por ciento de cara a 2010 y que uno de los grandes esfuerzos de los organizadores pasa por conseguir ponerle la etiqueta de "internacional".