



Nota  
de Prensa

**Más de un centenar de asistentes en las I Jornadas de Alimentación y Gastronomía Españolas organizadas por FIAB en Delhi**

## **India abre sus puertas a la gastronomía española**

**Primer paso para impulsar las relaciones comerciales de la industria alimentaria española con India**

Madrid, 17 de diciembre de 2009.- Gazpacho de frambuesas, aceite de oliva virgen extra, langostinos y una buena copa de vino en mano, son algunos de los productos españoles que han podido degustar numerosos paladares indios, con motivo de las I Jornadas de Alimentación y Gastronomía Españolas celebrada el pasado 1 diciembre en el hotel Taj Mahal de Delhi.

La acogida y el éxito alcanzados en la capital india se traducen en más de un centenar de asistentes, entre compradores, distribuidores, líderes de opinión y numerosos medios de comunicación, tanto nacionales como locales. La Industria de Alimentación y Bebidas Española quedó bien representada con la participación de empresas como Casademont, Bodegas Luis Gurpegui, Grupo SOS y Campofrío, entre otras, que están logrando introducir en la cocina india: vinos, aceite de oliva, aceitunas, conservas de pescado, quesos y productos cárnicos de nuestro país.

Con el afán de mejorar las relaciones bilaterales y poner en contacto a dos culturas tan diferentes, se impartieron dos seminarios formativos: uno sobre *Vinos Españoles* -a cargo del reconocido somelier indio Magandeep Singh; y, otro sobre *Gastronomía Española* -a cargo del chef Sergio Fernández, reconocido profesor de la Escuela de Hostelería de Madrid-.

Bajo el lema *Discover Spanish Taste*, el chef Sergio Fernández, en colaboración con el chef local Jonay Armas, pusieron broche final a la jornada con la preparación de un cóctel-cena en el que todos los asistentes pudieron disfrutar de la degustación de tapas de vanguardia.

El evento se enmarca dentro del Plan de Acciones de Promoción Exterior de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) que, en esta ocasión, contó con la colaboración del Instituto de Comercio Exterior (ICEX), el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) y la Embajada de España en Delhi; primer paso en el impulso de la relaciones comerciales entre España e India, con el objetivo de mejorar las cifras de negocio hasta el momento. A finales de 2008, España había vendido a la India 11,91 millones de euros en productos alimenticios y bebidas, números todavía algo bajos pero que entran dentro del empeño de la industria alimentaria española por aprovechar el crecimiento económico del país asiático y su mercado potencial.

Con esta finalidad, el próximo se pondrá en marcha el Plan India, plan de Promoción de Productos Agroalimentarios en el país asiático, cuyo principal objetivo es aumentar el conocimiento de la oferta alimentaria española en esta emergente área geográfica. El plan se enmarca en el Convenio de Colaboración suscrito por ICEX, MARM, FIAB y los Organismos de promoción de 12 Comunidades Autónomas (Extremadura, La Rioja, Castilla la Mancha, Castilla y León, Cataluña, Galicia, País Vasco, Murcia, Asturias, Andalucía y Aragón), así como el Consejo Superior de Cámaras de Comercio.