

En colaboración con ICEX, MARM y los Organismos de Promoción de once CC.AA.

Plan India para duplicar las exportaciones agroalimentarias a este país en tres años

- *El sector de la alimentación y bebidas indio está valorado en 134.000 millones de euros, con un crecimiento anual del 14% y un público objetivo de 400 millones de personas.*
- *El Plan India de Alimentación y Bebidas 2010-2012 es un ambicioso Plan de Promoción de Alimentos y Vinos de España en el país asiático en el que participan ICEX, MARM, FIAB y los organismos de promoción de 11 CC.AA, dirigido a posicionar al sector agroalimentario español en la India ganando cuotas de mercado en todas las categorías*
- *Incluye, entre otras acciones, la creación de una Marca País que posicione la industria de alimentación y bebidas española bajo los atributos de calidad, riqueza, variedad e innovación.*

24 de marzo de 2010. El mercado de productos alimentarios importados en India roza los 50 millones de euros, actualmente la industria de alimentación y bebidas española exporta a India 13 categorías de alimentos, siendo las aceitunas y el aceite de oliva las más exitosas. India, con un 14% de crecimiento anual del sector de alimentación y bebidas, supone una oportunidad de desarrollo muy importante para la industria alimentaria española.

FIAB ha presentado hoy, en el marco de Alimentaria, en rueda de prensa conjunta con el MARM, ICEX y PRODECA, en representación de los organismos de promoción de 11 CC.AA, el Plan India 2010-2012 cuyos objetivos son: duplicar el total de las exportaciones españolas agroalimentarias a India en tres años, ampliar hasta 100 el número de empresas de alimentación y bebidas que exportan a este país -actualmente son alrededor de 62-, aumentar el conocimiento de la oferta agroalimentaria española, fomentar el consumo de productos españoles y potenciar las relaciones comerciales entre la industria española y la distribución india.

El Plan India sienta las bases para un crecimiento sólido de la industria de alimentación y bebidas española a largo plazo, un país con una clase media que registra un alto ritmo de crecimiento. Según se desprende de diferentes estudios previos realizados, la sociedad india evoluciona hacia una clase media urbana cada vez más amplia que está cambiando los tradicionales hábitos de consumo del país que favorecen la penetración de los productos españoles.

La estrategia del Plan India se basa en tres pilares: informar a las empresas españolas sobre los retos y oportunidades del mercado indio. Realizar

actividades que incrementen la exportación de empresas que ya comercializan sus productos y como la identificación de nuevos importadores. Y tercero, crear una marca país fuerte y bien definida.

La estrategia del plan se materializa en un conjunto de acciones que resumimos a continuación:

- 1) Posicionamiento de las webs relevantes de Alimentos y Vinos de España (winesfromspain.com, oliveoilfromspain, cheesefromspain...) ofreciendo información actualizada y seleccionada.
- 2) Elaborar un catálogo promocional con la oferta española en el mercado indio con el perfil de la empresa y producto, dirigido a importadores, distribuidores, directores de compras, restauración, etc.
- 3) Confeccionar un Directorio de Marcas Españolas e Importadores presentes en la India.
- 4) Promocionar la oferta española en Ferias Internacionales dirigida al profesional indio: Gulfood, Anuga y Sial.
- 5) Contratar un Agente de Promoción Plan India 2010-2012: representante del sector agroalimentario español en el país y punto de enlace con el mercado indio.
- 6) Organizar una Misión-Exposición: Presentación de producto español con seminarios especializados y actos gastronómicos. Así como la organización de un evento con medios de comunicación indios.

Para más información:

FIAB
Clara Pi
Directora de Comunicación
comunicacion@fiab.es
Tlf: 91 411 74 99

Hill & Knowlton (Gabinete de prensa de FIAB)
Daniel Silverio
daniel.silverio@hillandknowlton.com
Juan Ignacio Moreno,
Tlf: 91 435 11 22