



Restauración Colectiva

El portal de referencia para los profesionales del sector

Te encuentras en Inicio / Secciones / Jornadas, ferias y congresos /

Alimentaria cierra tras acoger a 4.000 empresas expositoras de 78 países y a 140.000 visitantes

Alimentaria cierra tras acoger a 4.000 empresas expositoras de 78 países y a 140.000 visitantes

Jueves, 28 de abril 2016

En la edición de su 40 aniversario, Alimentaria ha conseguido atraer a 14.000 visitantes de 157 países (16 más que en 2014), confirmando su poder de convocatoria internacional y su eficaz papel a la hora de dinamizar las exportaciones de las empresas del sector. Asimismo el salón, que deja sensaciones muy positivas entre los asistentes, evidencia la reactivación de la demanda nacional ante el aumento del consumo.

Esta tarde ha cerrado sus puertas la vigésimo primera edición de la feria Alimentaria (Barcelona, del 25 al 28 de abril). El certamen ha celebrado este año su 40 aniversario abriendo al público profesional su edición más renovada. Alimentaria ha buscado crecer en oferta y reforzar su posicionamiento estratégico en gastronomía, restauración y hostelería para representar un amplio espectro de la industria y reflejar las nuevas tendencias de mercado y hábitos de consumo.

Las 4.000 empresas expositoras procedentes de 78 países y los 140.000 visitantes registrados, un 32% de ellos internacionales, reflejan la potencia de este evento que consolida su liderazgo como una de las citas referentes europeas del sector y donde la innovación y la gastronomía son, asimismo, sus grandes señas de identidad.

De los 44.000 visitantes internacionales, un 2% más que en 2014, la mitad procede de Europa principalmente de Francia, Italia, Reino Unido, Portugal y Países Bajos. Como segundo gran mercado geográfico en visitantes se sitúa EE.UU, seguido de América Latina, con profesionales de México, Colombia, Chile y Perú a la cabeza. También despunta Asia con Japón, Hong Kong y China como referencia. De Oriente Medio cabe citar el crecimiento de los visitantes de Emiratos Árabes Unidos. En la lista de visitantes de nuevos países destacan Túnez, Argelia, Omán, Kuwait, Arabia Saudí, Nigeria, Congo y Mozambique.

Paralelamente, Alimentaria ha invitado a 800 compradores extranjeros de alto nivel, un 62% más que en 2014. Se trata de importadores y distribuidores de Europa, Asia, Latinoamérica y EE.UU que han celebrado 11.200 reuniones de negocios con expositores, un 12% más que en la pasada edición. Estos encuentros organizados junto a Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Magrama), ICEX España y Acció de la Generalitat de Catalunya, son muy bien valorados por las empresas participantes que reconocen su utilidad a la hora de abrir nuevos mercados.

El presidente de Fira de Barcelona y de Alimentaria, **Josep Lluís Bonet**, ha señalado que *“el evento se consolida como una gran plataforma para la exportación de la industria alimentaria española, así como un importante escaparate de la innovación del sector y las nuevas tendencias que están apareciendo en el mercado”*. Para Bonet *“cada vez más se aprecia un mayor conocimiento del producto español y un posicionamiento más premium, lo que redundará en un crecimiento en el valor de las exportaciones”*.

Para el director general de Alimentaria Exhibitions, **J. Antoni Valls**, *“en esta edición se ha dado un paso muy importante en la proyección exterior llegando a mercados clave para el futuro de la industria alimentaria y en especial para productos como el vino, el aceite o los cárnicos”*. Además de la internacionalización, la fuerza de la demanda interna se ha reflejado también este año; como indica Valls, *“hemos conseguido atraer a todos los perfiles profesionales de la distribución y el retail alimentario, así como al canal horeca lo que se traducirá en negocio y oportunidades de incrementar ventas tanto en el mercado nacional como en el exterior”*.

Innovación, plato fuerte

Las 4.000 empresas participantes han mostrado el permanente esfuerzo de innovación de los fabricantes para dar respuesta a nuevas tendencias de mercado y a las necesidades de diferentes tipos de consumidor. Entre los productos más destacados de este año figuran un vermut ecológico, embutidos para vegetarianos o bollería y *snacks* con algas respondiendo, así, a nuevas demandas de propuestas más saludables, naturales y orgánicas, y la búsqueda de alimentos enriquecidos para aumentar el bienestar y prevenir enfermedades.

El principal termómetro de innovación y tendencias ha sido ‘The Alimentaria Hub’, un espacio con más de 200 actividades de conocimiento y debate como el Congreso de la Dieta Mediterránea; el Foro Nestlé de Creación de Valor Añadido sobre alimentación y cambio climático; los encuentros Aliber de I+D+i de FIAB o el espacio para *start-ups* The Food Factory que reflejan el papel que está adquiriendo la tecnología en el sector. Se calcula que en las diferentes jornadas y ponencias celebradas han participado más de 2.200 personas.

Gastronomía, valor diferencial

Alimentaria visualiza la variedad, calidad y riqueza de la industria alimentaria española a través de la gastronomía. Este año se ha vuelto a repetir la buena acogida de 'The Alimentaria Experience', por cuyos *showcookings* y talleres magistrales han pasado nombres reconocidos como **Joan Roca**, pero donde especialmente han sido protagonistas las nuevas figuras de la alta cocina española entre las cuales cada vez hay más mujeres.

Por supuesto destacar dentro del espacio 'The Alimentaria Experience' [los tres talleres de colectividades](#) que hemos organizado; una actividad especialmente dirigida a la restauración social y colectiva y que ha contado con profesionales de primera línea. Las demostraciones han sido muy bien acogidas, prueba de lo cual, fue la compra de la totalidad de las plazas que la feria puso a la venta. Aunque tres horas dedicadas a las colectividades incluidas en un 'monstruo' como es la feria Alimentaria quedan un poco diluidas, es verdad que ha sido un primer paso y una experiencia totalmente positiva.

Para Josep Lluís Bonet, *"la gastronomía es un gran aliado que la industria alimentaria debe aprovechar para vender más y mejor. Es lo que reivindicamos desde Alimentaria con actividades que permiten descubrir la calidad, sabor e innovación de los productos creando una auténtica experiencia culinaria"*.

Alimentaria solidaria

Por otro lado, Alimentaria y Fira de Barcelona también han mostrado su lado social y solidario. En este sentido, se prevé que los voluntarios de la Fundació Banc dels Aliments hayan recogido más de 22 toneladas de alimentos y bebidas, donados por los expositores. Asimismo, Nutrición Sin Fronteras ha recogido más de 150kg de excedente de comida no consumida en los restaurantes del recinto de Gran Vía para donarlo a comedores sociales de la ciudad.

La próxima edición de Alimentaria tendrá lugar del 16 al 19 de abril de 2018 en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona.

Noticias Relacionadas

- [Los showcookings volverán a protagonizar las actividades de Alimentaria 2016](#)
- [Celebrados en Alimentaria, con el cartel de 'no hay plazas', los tres talleres de colectividades](#)