

José Luis Bonet, Presidente de Alimentaria

¿Cuáles son los grandes ejes de Alimentaria 2010?

Alimentaria 2010 será la fiesta de las marcas: el gran leit motiv de esta próxima edición es la promoción de las marcas en un entorno económico que lo hace más necesario que nunca. En este sentido, Alimentaria 2010 reivindicará los grandes atributos inherentes a las marcas: queremos recordar que la marca es sinónimo de seguridad, confianza, innovación, progreso, desarrollo, calidad, negocio y generación de empleo, entre otros atributos diferenciales. Otro eje destacado de esta edición será la internacionalización, ya que la salida exterior se ha revelado como imprescindible para contrarrestar los efectos de la crisis económica y para posicionar con garantías la actividad de la agroindustria española, con un mercado interno maduro y consolidado. Alimentaria 2010 se ha consolidado como el vehículo de internacionalización de la industria alimentaria española y con tal objetivo ha aumentado un 30% respecto a la pasada edición su presupuesto dedicado a promoción exterior. El salón potenciará también otros valores estratégicos como la sectorización, con la coexistencia de sus 15 salones diferenciados bajo un mismo techo, y la innovación. En este sentido, la séptima edición de Innoval reforzará el compromiso del salón en su apuesta por la I+D+i y se erigirá en el punto de encuentro entre las marcas y la innovación.

'Estamos muy orgullosos de haber convertido Alimentaria en la segunda feria de alimentación del mundo'

¿Qué supone para la ciudad de Barcelona y para el conjunto del país la celebración de un salón como Alimentaria?

Gracias a Alimentaria 2010, Barcelona se convierte por unos días en la capital mundial de la alimentación y en centro de negocios para el sector, atrayendo a compradores y medios de comunicación de todo el mundo. Además, Alimentaria supone un escaparate de excepción para el conjunto de las empresas españolas de alimentación y bebidas. La importantísima actividad de Fira de Barcelona ha consolidado además la ciudad como un destino ferial ineludible y reconocido en todo el mundo.

La industria española de alimentación y bebidas se ha convertido en el motor de la producción industrial del país, pese a la situación económica actual. ¿Cree que Alimentaria es un fiel reflejo de ello?

Sin duda. El hecho de que Alimentaria sea la segunda feria más importante del mundo de alimentación y bebidas demuestra la importancia de este sector en España y su gran potencial internacional.

¿Qué papel cree que juega la innovación en el futuro del sector agroalimentario español? En un contexto económico como el actual, las marcas de alimentación y bebidas están obligadas a ofrecer al consumidor un valor añadido diferencial que les haga destacar entre el resto de productos del lineal. Esta es una de las ideas que se desarrollarán en la octava edición del Foro Internacional de la Alimentación, en el marco de Alimentaria 2010, donde la consultora Synovate presentará un estudio que analiza en profundidad qué espera y desea actualmente el consumidor español respecto a las marcas de alimentación y bebidas para definir con la máxima precisión qué rol juegan los fabricantes como gestores de esas marcas. Y la innovación es una de las grandes bazas con las que cuentan las marcas para diferenciarse: de ahí que el I+D+i se haya convertido en una apuesta estratégica para el futuro del sector.

¿Cómo valora el papel de Alimentaria como la primera feria española para la industria de la alimentación y bebidas, y una de las primeras a nivel internacional?

Después de 18 ediciones y más de 30 años de trabajo, estamos muy orgullosos de haber convertido Alimentaria en la segunda feria de alimentación del mundo. La evolución de la feria durante todos estos años ha sido espectacular, con un ritmo de crecimiento anual en torno al 8% en expositores y el 6% en metraje. Además, estamos muy satisfechos de haber conseguido crear un modelo propio y diferenciado de feria, basándonos en ejes como la sectorización: los 15 salones que integran la feria nos permiten brindar a los expositores y visitantes una oferta diversa y al mismo tiempo especializada, preservando la máxima calidad en los intercambios comerciales.