

Alimentaria 2016

Salón Internacional de Alimentación y Bebidas
International Food and Drinks Exhibition



Dossier de prensa
Dossier de premsa
Press Kit



Descarga la App
Descarrega l'App
Download the App



Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Ficha técnica

Alimentaria 2016, Salón Internacional de Alimentación y Bebidas

Edición

21^a

Periodicidad

Bienal

Carácter

Profesional

Fechas de celebración

Del 25 al 28 de abril de 2016

Horario

Lunes-Martes-Miércoles: De 10.00h a 19.00h

Jueves: De 10.00 a 18.00h

Lugar

Pabellones 1, 2, 3, 4, 5 y 6

Recinto Gran Vía de Fira de Barcelona

Av. Joan Carles I n.58-64

08908 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)

Salones

- Intervin (vinos y espirituosos)
- Intercarn (cárnicos y derivados)
- Interlact (lácteos y derivados)
- Restaurama (alimentación fuera del hogar: hostelería, restauración, catering y colectividades)
- Multifoods (empresas multiproducto, *International Pavilions*, *Healthy Foods*, *Mediterranean Foods*, *Expoconser*, *Fine Foods*, *Snacks*, *Biscuits & Confectionery*, *Lands of Spain* y Alimentaria Premium)

Superficie ocupada

90.000 m² netos (oferta comercial + áreas diferenciadas y de dinamización)

Expositores representados

4.000

Actividades

The Alimentaria Hub (Pabellón 3)

- Premios Innoval y exposición de nuevos productos
- Top Ten Trends
- Conferencias, seminarios y presentaciones
- XI Congreso internacional Dieta Mediterránea

- 3er Foro Nestlé de “Creación de Valor Compartido”: Impacto del cambio climático en el sector de la alimentación
- The Food Factory: presentación de *startups* del sector alimentación a inversores
- VIII Encuentros de I+D+i ALIBER 2016 (FIAB)
- *Export Service Counter*: asesoramiento en internacionalización
- Encuentros de negocios con compradores internacionales
- *The Food Bloggers Conference*
- Entrega Premios Écotrophéa
- Exposición Premios Best Pack

The Alimentaria Experience (Pabellón 6)

- Área gastronómica: *Showcookings*, talleres, degustaciones y conferencias a cargo de reconocidos chefs y de cocineros emergentes
- Final del concurso cocinero del año
- Final del concurso camarero del año
- Espacio de turismo Enogastronómico
- Cocktail & Spirits
- *Food trucks*

Otras actividades gastronómicas

- *Vinorum Think: Catas magistrales, conferencias y showcookings con maridaje (Pabellón 3)*
- Barra de Aceites de Oliva Gourmet: Cata autoguiada de los mejores AOVE españoles (*Pabellón 3*)
- España, el país de los 100 quesos: Exposición y espacio de degustación (*Pabellón 4*)

Otros espacios

- *Supermercado Halal (Pabellón 1)*

Organiza

Alimentaria Exhibitions S.L.U / Sociedad de Fira de Barcelona

Presidente

Josep Lluís Bonet

Presidente del Consejo de Administración de Fira de Barcelona, de la Cámara de Comercio de España, y de Freixenet

Director

J. Antonio Valls

Director general de Alimentaria Exhibitions, S.L.U.

Contacto con prensa

Cristina Benavides – Víctor Solvas - María Dolors Herranz

Tel. (+34) 93 567 96 96 –653 99 63 28 – 669 73 64 78 - 93 233 25 41

prensa@alimentaria.com

Sala de prensa (abierta sólo durante los días del salón)

Tel. (+34) 93 233 40 17 – 18 sprensa.gv@firabarcelona.com

Web

www.alimentaria-bcn.com

Twitter

@Alimentaria

@Alimentaria_EN

Imágenes

Disponibles en el apartado de prensa de la web del salón



MULTIPLE FOODS

Productos alimenticios diversos.
General food products.

INTERNATIONAL PAVILIONS

Participaciones agrupadas de origen internacional.
International exhibitors grouped by place of origin.

HEALTHY FOODS

Alimentos ecológicos, dietéticos, funcionales, especiales: sin gluten, sin lactosa, etc. y nutrición infantil
Organic, diet, functional and specialty foods: gluten free, lactose free, etc. and children's nutrition.

MEDITERRANEAN FOODS

Aceites de oliva y vegetales, productos del mar, acuicultura y piscifactoría, productos frescos y productos vinculados a la Dieta Mediterránea.
Olive and vegetable oils, fish and seafood, aquaculture and farmed fish products, fresh products and products associated with the Mediterranean diet.

PREMIUM

GOURMET OLIVE OIL TASTING BAR

HALAL SUPERMARKET

INTERVIN

Vinos, sidras y espirituosos.
Wines, ciders and spirits.

VINORUM

INTERLACT

Productos lácteos y derivados.
Dairy products.

LAND OF 100 CHEESES

INTERCARN

Productos cárnicos y derivados.
Meat and meat products.

RESTAURAMA

Alimentación fuera del hogar, pastelería, panadería y heladería. Aguas, bebidas refrescantes y cervezas. Productos semielaborados y congelados.
Food service and hospitality, bread, baked goods and ice cream. Water, soft drinks and beer. Partially-prepared and frozen foods.

THE ALIMENTARIA HUB

Trends and Innovation

THE ALIMENTARIA EXPERIENCE

Live gastronomy

ALIMENTARIA FOODTECH

Tecnología, equipamiento y servicios para la industria alimentaria.
Machinery and technical solutions for the food industry.

FEATURED AREAS



Alimentaria

Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions

Aumentan los importadores extranjeros invitados para incrementar la agenda de reuniones de negocio

Alimentaria cumple 40 años con más innovación, internacionalización y gastronomía

Del 25 al 28 de abril, Alimentaria celebra en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona su 40 aniversario, incrementando esfuerzos y recursos para conseguir la edición más internacional, innovadora y gastronómica de su historia. Se esperan 140.000 visitantes, de los cuales 40.000 se prevé que sean extranjeros, y se realizarán más de 10.000 reuniones de negocio entre los expositores y 800 compradores clave de todo el mundo invitados directamente por la organización. Alimentaria reunirá los últimos lanzamientos de la industria, mostrará tendencias y generará conocimiento. También pondrá en valor la gastronomía y la restauración como los grandes aliados del sector a la hora de promocionar la variedad y calidad de sus alimentos y bebidas.

En su empeño por reinventarse y seguir siendo uno de los eventos de referencia mundiales de su especialidad, Alimentaria 2016 –que reunirá 4.000 empresas de 70 países– presenta una estructura renovada, en la que se visualizan las sinergias entre diferentes sectores y las nuevas tendencias del mercado.

La oferta comercial se distribuirá en los clásicos salones locomotora: Intervin (vinos y espirituosos), Intercarn (cárnicos y derivados), Restaurama (restauración) e Interlact (lácteos y derivados). La novedad de este año será Multiple Foods, el salón más transversal que reúne prácticamente la mitad de las empresas participantes en la feria agrupadas por ámbitos de especialidad.

Aquí se incluirán las participaciones autonómicas (Lands of Spain) y los pabellones internacionales, así como otros segmentos de mercado en auge como Healthy Foods (alimentos ecológicos, funcionales infantiles y para necesidades especiales), Fine Foods (gourmet); Mediteranean Foods (aceites, frutas y vegetales), Snacks, Biscuits & Confectionery (dulces y aperitivos); y Expoconser (conservas y semiconservas), además de la zona Premium que contará con una docena de firmas selectas de la alta gastronomía. Otra novedad destacada es la incorporación a Restaurama de los fabricantes de bebidas y de congelados.

Oportunidad para exportar

Por su poder de convocatoria internacional, Alimentaria es una eficiente plataforma para que las empresas exporten a nuevos mercados. Este año la organización ha incrementado un 35% su inversión para invitar directamente a 800 compradores clave de diferentes países (*Hosted Buyers*), entre ellos importadores y grandes operadores de la distribución y el canal Horeca. El encuentro propiciará reuniones de negocio, de transferencia tecnológica y de colaboración empresarial con los expositores de la feria.

Para la organización de este programa, Alimentaria va de la mano de instituciones como la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), la Asociación de Empresas Industriales

Alimentaria refuerza su plan de promoción para superar los 40.000 visitantes internacionales

Multiple Foods es la nueva área multisectorial que favorece sinergias e incorpora tendencias de consumo

Se presentarán las futuras estrellas de la alta cocina y las últimas innovaciones de un sector más interesado por la salud y el bienestar

Internacionalizadas (AMEC), ICEX España Exportación e Inversiones, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) y la Agència per a la Competitivitat de l'Empresa (ACCIÓ). El salón pone el foco en mercados estratégicos para sus participantes, como son Europa y Latinoamérica, así como en los países asiáticos, Oriente Medios y Norteamérica.

Las pequeñas y medianas empresas, y las grandes empresas de la distribución reconocen la contribución de Alimentaria en la apertura de nuevos mercados en el exterior y su papel para identificar oportunidades de negocio. Como afirma el presidente de Alimentaria y de Fira de Barcelona, Josep Lluís Bonet: *“La internacionalidad ya no es una opción, es una obligación para aumentar la competitividad y la dimensión del sector por eso queremos acompañar y apoyar, especialmente, a las pymes en su salida al exterior”*.

El director general de Alimentaria Exhibitions y del salón J. Antonio Valls, destaca: *“En esta edición la internacionalización, la innovación pero también el negocio van a ser los protagonistas. El salón mostrará que es un momento propicio para que las empresas innoven, se orienten a nuevas tendencias de consumo e incrementen su presencia en mercados exteriores”*.

Las tendencias más innovadoras y las futuras estrellas de la alta cocina

En su segunda edición, *The Alimentaria Experience* va a profundizar en la relación entre la alta cocina y la industria, identificando sinergias y colaboraciones. El espacio contará con los grandes nombres de la cocina, como Joan Roca o Ángel León, pero también con las jóvenes promesas que ya están marcando tendencia y que pueden convertirse en las próximas estrellas de la alta cocina. Nombres como Ana Merino, Beatriz Sotelo, Eduard Xatruch, Oriol Castro o Virgilio Martínez forman parte del grupo de 40 cocineros que participarán en los talleres y *showcookings* programados para experimentar en primera línea las nuevas tendencias de una gastronomía que ha alcanzado un reconocimiento internacional nunca visto hasta el momento.

Como novedad del sector vitivinícola, Alimentaria inaugura en esta edición el espacio *Vinorum Think*, donde se desvelarán las últimas novedades del sector, los vinos españoles que están marcando tendencia y los secretos para entrar en mercados clave como el asiático de la mano de prestigiosos expertos, críticos de vino, enólogos, *masters of wine*, sumilleres y chefs. El programa lo completa un conjunto de charlas, catas y demostraciones culinarias. Los espacios de degustación de la Barra de aceites de oliva gourmet y la muestra “España, el país de los 100 quesos” completarán toda una experiencia gastronómica.

El salón también incluye, por primera vez, el concepto Halal para potenciar el conocimiento de este tipo de productos agrupados bajo esta etiqueta y convertirse en un punto de encuentro entre exportadores y visitantes. Las tres actividades programadas son el Halal Supermarket, el Congreso Halal y el Halal Showcooking.

Por otro lado, *The Alimentaria Hub*, con el espacio Innoval de referencia, será el eje central para conocer las últimas tendencias, innovación y negocio del sector y se convertirá en un termómetro de tendencias que apuestan por alimentos a la carta, productos orgánicos y productos de proximidad, sin olvidar el interés por lo natural y ecológico, que se traduce en la búsqueda de nuevas fuentes de proteínas. Se realizarán más de 200 actividades, se expondrán 300 nuevos productos que mostrarán las tendencias en alimentación durante los próximos años y se realizarán más de 10.000 reuniones empresariales con compradores internacionales.

Este centro de conocimiento acogerá, entre otros, el 3er Foro Nestlé de “Creación de Valor Compartido” y el XI Congreso Internacional de Dieta Mediterránea. Asimismo, habrá conferencias y seminarios en los que expertos de referencia en la industria desvelarán las claves sobre el futuro del sector en temas como innovación y marcas, nutrición, salud, bienestar, internacionalización y globalización, distribución, *retail*, marketing y comunicación, así como Responsabilidad Social Corporativa. Incluirá, además, el espacio *The Food Factory* en el que participarán siete *startups* de base tecnológica y científica que harán demostraciones de sus novedosas soluciones *foodtech* y las presentarán ante potenciales inversores y empresas del sector.

Barcelona, abril de 2016

Cristina Benavides / Víctor Solvas / María Dolores Herranz

Tel. 93 567 96 96 – 93 233 25 41

prensa@alimentaria.com



Alimentaria

Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions

El salón invita directamente a 800 compradores internacionales clave provenientes de 78 países

Alimentaria se consolida como puerta de entrada a América Latina y puente a Asia y Norteamérica

Ayudar a internacionalizar la pyme agroalimentaria y abrir oportunidades en el exterior a los alimentos y bebidas españoles. Con este objetivo estratégico vuelve Alimentaria que prevé agendar en cuatro días más de 10.000 encuentros empresariales entre sus expositores y los 800 compradores clave de la importación, la distribución, el *retail* y el canal horeca de 78 países a los que invita directamente a través de diferentes programas. La procedencia de estos compradores seleccionados demuestra que, aunque Europa sigue siendo zona prioritaria para exportar, la industria alimentaria apuesta por consolidar su presencia en América Latina, crecer en Norteamérica y entrar con fuerza en mercados emergentes principalmente de Asia

Sin embargo, el poder de convocatoria internacional de Alimentaria es mucho mayor. El gran evento barcelonés espera superar de nuevo los 40.000 profesionales extranjeros, cifra que supone un 30% del total de visitantes. Conocer novedades, encontrar proveedores y cerrar acuerdos para la importación y distribución son los principales motivos de estos profesionales para acudir del 25 al 28 de abril al recinto Gran Via de Fira de Barcelona.

Más de la mitad de estos visitantes internacionales (21.000) proviene de países europeos, destino del 70,5% del total de las exportaciones alimentarias españolas. Asimismo, se prevé la asistencia de cerca de 10.000 visitantes del continente americano con México, Brasil, Colombia y EE.UU a la cabeza, confirmando Alimentaria como eficaz vía de entrada a nuevos mercados al otro lado del Atlántico gracias a la proximidad idiomática y cultural. También se espera incrementar un 5% el número de visitantes asiáticos respecto a 2014, superando ampliamente los 6.000 profesionales. Para la industria española de alimentación y bebidas española, China, Hong Kong, Singapur, Vietnam, Filipinas, Indonesia, Malasia y Japón son mercados preferentes a la hora de impulsar y diversificar las exportaciones alimentarias.

Agendas de entrevistas

Para llevar a cabo los programas de internacionalización, Alimentaria va de la mano de entidades como ICEX España Exportación e Inversiones, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), la Asociación de Empresas Industriales Internacionalizadas (AMEC), y la Agència per a la Competitivitat de l'Empresa (ACCIÓ) de la Generalitat de Catalunya.

En este sentido, Alimentaria ha incrementado un 35% su inversión para atraer un mayor número de compradores internacionales clave a través de su programa de *Hosted Buyers*. La feria facilita el contacto entre los expositores y estos profesionales seleccionados a través de una plataforma virtual que permite agendar citas y reuniones de negocios que tendrán lugar

Alimentaria espera superar de nuevo los 40.000 visitantes internacionales

FIAB, AMEC, ICEX, MAGRAMA y ACCIÓ apoyan los programas de internacionalización para detectar oportunidades de negocio exterior

Alimentaria contará con cerca de 1.000 empresas expositoras internacionales, un 25% del total

en el marco de The Alimentaria *Hub*. Esta fuerte apuesta por salir al exterior se materializa con la presencia de más de 800 *Hosted Buyers* invitados por la organización, un 60% más que los 497 que asistieron en 2014. Dentro la cifra de este año se incluyen los 150 compradores de los *Intervin Business Meetings*, que posibilita a las bodegas participantes mantener rondas de entrevistas con importadores, distribuidores y operadores vinícolas interesados en descubrir la enorme diversidad y calidad de los vinos españoles.

Los países europeos que más compradores invitados sumarán a estas reuniones de negocio serán Reino Unido (20), Alemania (15), Francia (15), Holanda (15) e Italia (7), entre otros. Procedentes de Asia, las delegaciones más numerosas serán la china con 62 invitados, Tailandia (18), Taiwán (12), Filipinas (11) y Malasia (11). Mientras que del continente americano se esperan 70 compradores estadounidenses, 30 mexicanos, 30 brasileños y 25 canadienses. Por su parte, Chile, Colombia, Perú o Costa Rica aportarán individualmente una decena de profesionales a estos encuentros de negocios.

Por su parte ICEX España Exportación e Inversiones y FIAB organizan la octava edición de los Encuentros de Distribución con Compradores Extranjeros, Alimentaria Food & Drink Business Meetings (F&D BM) con el apoyo del MAGRAMA y de la propia feria. Estos encuentros están abiertos a empresas alimentarias exportadoras que podrán mantener entrevistas con más de 120 compradores de hasta 40 países. Participarán representantes de mercados prioritarios en Asia, Latinoamérica, Norteamérica, África y Oriente Medio.

Otra oportunidad para la internacionalización es el Brokerage Event que propone ACCIO y la Enterprise Europe Network, un evento con entrevistas para concretar acuerdos comerciales, de transferencia tecnológica o colaboración entre empresas y centros tecnológicos. De las 563 empresas participantes, 181 son internacionales de 25 países y se esperan realizar más de 600 entrevistas bilaterales.

Paralelamente para acompañar la internacionalización aportando conocimiento ICEX España organizará "Cafés con Expertos", que tratarán los mercados de vinos, alimentos y productos gourmet en Indonesia, EE.UU., Reino Unido y Emiratos Árabes Unidos, además de los mercados electrónicos. Por su parte especialistas en comercio internacional de CaixaBank ofrecerán un servicio de asesoramiento para exportar y un análisis de oportunidades de negocio exterior para las empresas alimentarias en Argelia, Egipto, Turquía, EE.UU. Marruecos, Reino Unido, Emiratos Árabes; China o Colombia.

Un millar de expositores extranjeros

Alimentaria 2016 también supondrá una efectiva puerta de entrada al mercado español para las más del millar de empresas internacionales (un 25% del total) que exponen en la feria y que esperan contactar con mayoristas y representantes de la distribución, el comercio especializado, el *foodservice* y del canal Horeca nacional, así como con profesionales de otros países.

Más de la mitad de ese millar de empresas extranjeras son europeas, encabezadas por Italia (132), Portugal (41) y Reino Unido (32). Los países asiáticos están representados por casi 300 compañías procedentes de China (123), Corea (22) y Tailandia (12), entre otros estados. Por su parte, América Latina aporta un centenar de marcas al evento, sumando firmas de México (22), Argentina (16) y Ecuador (15), entre otros países de la zona.

Alimentaria 2016 también suma nuevos expositores de zonas emergentes. Las empresas de países como Marruecos, Argelia y Túnez mostrarán los productos en auge del Norte de África, con más de una veintena de empresas presentes de cada país, mientras que las compañías de Rumanía y Polonia son las principales representantes del este de Europa con casi una treintena de marcas.

Además de la oferta comercial internacional de empresas repartida por los diferentes salones de Alimentaria, el centro para conocer los sabores, nuevos productos alimentarios y bebidas de otros países será el Pabellón Internacional que agrupará un nutrido número de participaciones extranjeras.

Nuevo objetivo: el mercado halal

Finalmente, Alimentaria visualizará el potencial del mercado halal, es decir, de productos y servicios conformes al islam, al sector agroalimentario. La certificación Halal es un pasaporte imprescindible para comercializar alimentos en los países de mayoría musulmana, un mercado de más de 1.700 millones de consumidores en todo el mundo que mueve 500.000 millones de euros, de ellos, 20.000 millones en Europa y más de 800 en España. En Alimentaria habrá un supermercado con productos halal, una jornada con tendencias y experiencias exportadoras de empresas en este segmento y un *showcooking* a cargo del chef Pedro Corredor, ya que la restauración española también puede hallar oportunidades de negocio en este mercado vinculadas al crecimiento del número de turistas musulmanes que nos visitan.

Barcelona, abril de 2016



Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Radiografía sectorial

La industria de alimentación y bebidas en España

- La industria de alimentación y bebidas es el primer sector industrial en facturación de España. Facturó 93.000 millones de euros en 2014, un 1,9% más respecto al año anterior (*últimos datos disponibles de FIAB*), lo que supone casi el 3% del PIB nacional.
- La forman casi 30.000 empresas, el 96% de ellas pymes (menos de 50 empleados)
- Es una industria en la que trabajan casi 500.000 personas de forma directa, 2,5 millones de forma indirecta y 5 millones en toda la cadena. El empleo en el sector registró un crecimiento del 2,2% en 2015 (*fuentes FIAB*).
- El subsector más importante en la industria de alimentación y bebidas es la industria cárnica, que representa el 22,1%, seguido por la fabricación de bebidas (10,8%), comidas para animales (9,7%) y aceites y grasas y productos lácteos, ambos en torno al 9%. Estos cinco sectores suponen casi dos terceras partes de la producción total (su aportación conjunta asciende a 56.074 millones de euros).
- Sector fuertemente internacionalizado: De enero a octubre del 2015, se contabilizaron 16.575 empresas exportadoras agroalimentarias, sobre un total de 132.277 empresas exportadoras españolas. Un 55% de estas firmas alimentarias con presencia exterior exportan regularmente (4 años consecutivos exportando).
- Las exportaciones españolas agroalimentarias alcanzaron los 37.500 millones de euros de enero a noviembre de 2015 (*datos de ICEX España Exportación e Inversiones*) lo que supone un aumento del 8,34% respecto al mismo periodo del año anterior. Es un crecimiento récord (el incremento en 2014 fue del 4,10%).
- Las exportaciones agroalimentarias representan un 16,3% del total de exportaciones de España.
- España es el séptimo exportador mundial de alimentos y bebidas, por delante de Italia (actualmente el décimo); el primer productor y exportador mundial de aceite de oliva y aceitunas; el primer productor y tercer exportador mundial de Vino y el segundo exportador mundial, por detrás de EE.UU. y por delante de Países Bajos, en productos hortofrutícolas (hortalizas, legumbres y frutas Frescas).
- Crecimiento de exportaciones agroalimentarias en valor (8,34%) es superior al crecimiento de las exportaciones en volumen (2,69%). Esto significa que España vende en el exterior a unos precios medios superiores.
- La Unión Europea el principal destino de las exportaciones agroalimentarias españolas (75%). Pero es en mercados extracomunitarios donde más crecen las ventas. Algunos ejemplos de estos incrementos son: China: 61%; México: 37%; India: 122%; Colombia 25% y Cuba 42,18%. (*datos ICEX España de enero a noviembre de 2015*)

- La tendencia del ritmo exportador de los alimentos y bebidas españoles hace prever que en 2020 las ventas en el exterior tendrán un gran peso en la producción total de esta industria, permitiendo que España, actualmente sexta economía exportadora de Europa, ascienda hasta la cuarta plaza en cuatro años. Se prevé pasar de 22.000 millones de euros en 2012 a 46.000 millones de euros en 2010, con un crecimiento anual del 10%.
- Mercados prioritarios en el exterior para la industria de alimentos y bebidas : China + Hong Kong, el sudeste asiático, Estados Unidos, Reino Unido y Japón (países en los que hay margen de aumento por variables macroeconómicas, población o imagen y reputación del producto español). Les siguen Perú, Colombia, Corea del Sur, Brasil, Alemania o México, entre otros. *(Fuente FIAB)*
- España importó alimentos y bebidas por valor de 18.003 millones de euros en 2014 (datos Fiab), siendo positiva la balanza comercial con un superávit de 6.015 millones de euros. Francia es el principal proveedor de productos alimenticios y de bebidas con un 16,8% del total. Le siguen Alemania, Países Bajos, Portugal, Italia, Argentina, Reino Unido, Indonesia, Bélgica y China.
- Los españoles gastamos en alimentación 98.052 millones de euros (datos de 2014). Un 67,5% corresponde al consumo de alimentos y bebidas dentro del hogar y un 32,2% a actividades de alimentación fuera de casa *(Fuente Magrama)*.
- El gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar durante 2014 se cifra en 1.482,3 euros *(Fuente Magrama)*
- En la demanda de alimentación de los consumidores españoles priman los productos frescos; así pues, la carne supone un 21,9% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 17,0%; los pescados un 13,5%; y, el gasto en pan alcanza el 5,7%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (12,3% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,2%), el aceite de oliva (1,7%) o los platos preparados (3,4%) *(Fuente Magrama)*
- Oportunidad de crecimiento ligada al turismo y la gastronomía. España recibió 68,1 millones de turistas internacionales en 2015, 3,2 millones más que el año anterior. De estos, más de 7,5 millones eligieron España para realizar actividades gastronómicas. La suma de los sectores de agroalimentación, hostelería, restauración y turismo supone más del 25% del PIB

Barcelona, abril de 2016



Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Acogerá más de 200 ponentes, 10.000 reuniones empresariales y 300 nuevos lanzamientos

***The Alimentaria Hub* suma conocimiento, exportación e innovación para impulsar el negocio del sector**

***The Alimentaria Hub* será nuevamente el corazón de la feria. Un gran espacio que bombeará conocimiento, tendencias, innovación y negocio a la industria, la distribución y el *retail*. Allí, tendrán lugar más de 10.000 reuniones empresariales con compradores internacionales, además de congresos, seminarios, conferencias, y presentaciones de estudios en los que participarán más de 200 ponentes. Habrá exposiciones, entrega de premios, áreas de *networking* y un servicio de asesoramiento para exportar, así como una zona para que profesionales e inversores descubran *startups* con proyectos pensados para revolucionar la alimentación y la gastronomía desde la tecnología.**

Como centro de atención en *The Alimentaria Hub* destacará Innoval, una exposición con cerca de 300 nuevos lanzamientos que reflejarán las grandes tendencias del momento. Se imponen los productos ecológicos, las etiquetas de “saludable”, “natural” y “sin” y los alimentos mejorados y funcionales para aumentar el bienestar y prevenir dolencias y enfermedades. También se muestran nuevos sabores, texturas y sensaciones para crear experiencias alimentarias, así como alimentos fáciles de preparar y consumir en cualquier momento. Entre los productos expuestos se elegirán los 16 ganadores de los Premios Innoval.

Precisamente para profundizar en estas y otras tendencias relacionadas con la innovación de las marcas, la tecnología, el comportamiento del consumidor a la hora de comprar, el mercado de productos gourmet o de los alimentos libres de alérgenos, el *retail* o el *foodservice* se celebrarán varias conferencias y presentaciones de estudios a cargo de empresas, consultoras, asociaciones, entidades y centros tecnológicos como Innoval Market Insight, Kantar Worldpanel, Aecoc o Azti, entre otros muchos.

Otro espacio para adelantarse al futuro desde la tecnología será *The Food Factory*, que reunirá varias *startups* que presenten iniciativas disruptivas que busquen inversores. Se expondrá un software para elaborar dietas personalizadas (Diet-creator), servicios on-line de coaching nutricional (Healum), soluciones multisensoriales para aplicar en el punto de venta (Nu4Mat), reconocimiento de logotipos en imágenes compartidas en redes sociales (Visual Tagging), un sistema de visión artificial para asegurar la calidad de los alimentos y minimizar el fraude en todos los procesos de producción (Impact Vision), así como una plataforma integrada para detectar patógenos en alimentos por biosensores (iMicroq) o una cerveza artesana producto de la I+D elaborada con malta de arroz japonés, cuyo cultivo se ha adaptado al Delta del Ebro (Art Minori).

Por su parte, la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) organizará los Encuentros de I+D+i ALIBER donde se abordarán temas como la creación de alimentos desde la genómica, las

En Innoval se verán 300 nuevos lanzamientos y se premiará la I+D+i del sector

Las pymes encontrarán apoyo y asesoramiento personalizado para exportar

The Food Factory reunirá inversores y startups con proyectos disruptivos de la mano de Reimagine Food

investigaciones en nutrición, o el desarrollo de productos alimentarios para la tercera edad o la fabricación de alimentos 4.0. Además, se hablará de los programas europeos de financiación de la I+D+i de las empresas con la presentación de casos de éxito. Estos encuentros llevan asociadas reuniones bilaterales de transferencia tecnológica con otras empresas europeas y latinoamericanas. También se entregarán los Premios Écotrophéia, competición de ámbito europeo entre estudiantes universitarios que pretende potenciar la creación de productos alimentarios ecoinnovadores.

Asimismo, el Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (DARP) de la Generalitat de Catalunya celebrará una jornada sobre “alimentos a la carta” y el surgimiento de nuevos productos saludables, de uso rápido y adaptado o para colectivos con necesidades especiales. Por otra parte, la Fundación Triptolemos analizará en una jornada con expertos internacionales las estrategias empresariales en el sistema alimentario global y presentará una ambiciosa guía de la innovación que incluye proyectos de investigación, patentes y tesis doctorales de todo el territorio nacional. Otra interesante conferencia propuesta por Eurofins Analytics tratará sobre técnicas analíticas para controlar el fraude alimentario en Europa. Por su parte, Grupo Carreras tratará de la innovación tecnológica en la logística de la industria de alimentación y bebidas, mientras que Green Yellow se centrará en la eficiencia energética de la gran distribución y la agroindustria.

Dieta mediterránea y cambio climático

Como congresos destacados, *The Alimentaria Hub* acogerá el XI Congreso Internacional de la Dieta Mediterránea en el que participarán más de 25 expertos internacionales que plantearán cómo avanzar en estilos de vida más saludables, teniendo en cuenta la influencia de otras tendencias dietéticas. Entre los ponentes, destaca la doctora de la Ben-Gurion University of Negev, Iris Shai, quien dará a conocer nuevas evidencias sobre los efectos del consumo responsable y moderado de vino, así como sus consecuencias positivas en pacientes que padecen diabetes.

También tendrá lugar el 3er Foro Nestlé de “Creación de Valor Compartido”, que reflexionará sobre el impacto del cambio climático sobre la industria de la alimentación especialmente en la cadena de aprovisionamiento de las materias primas. Contará con la intervención del profesor emérito de la Universidad de Illinois y experto en cambio climático y seguridad alimentaria, Gerald C. Nelson; y la coordinadora de Política Agraria y Desarrollo Rural en la fundación ecologista WWF España, Celsa Peiteado.

Exportación para pymes

The Alimentaria Hub asumirá un papel fundamental para la internacionalización de las pymes agroalimentarias. En este espacio tendrán lugar las entrevistas entre expositores y los más de 800 compradores invitados directamente por la feria o por FIAB, ICEX, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente o Acció, entidades organizadoras de otros encuentros de negocios que incluyen reuniones entre fabricantes, proveedores y compradores de diferentes países para promover la colaboración empresarial, los intercambios comerciales y la transferencia tecnológica. Por su parte, ICEX propondrá entrevistas informales con expertos en mercados concretos para conocer su situación y las oportunidades para exportar.

Asimismo, en esta edición se habilitará el *Export Service Counter*, un espacio de asesoramiento personalizado a disposición de empresas expositoras que quieran iniciar su internacionalización. Participarán especialistas en todas las operaciones necesarias para salir a los mercados exteriores; desde aseguradoras y consultoras hasta cámaras de comercio y entidades bancarias. En este sentido, CaixaBank, como principal colaborador de *The Alimentaria Hub*, aportará sus expertos y ofrecerá una sesión para analizar oportunidades de negocio en mercados como Argelia, Egipto, Turquía, EE.UU. Marruecos, Reino Unido, Emiratos Árabes; China o Colombia. Como complemento, Aecoc propone una mesa redonda con experiencias de empresas que operan en el exterior.

Food Bloggers Conference

En poco tiempo, los medios digitales se han convertido en uno de los principales canales de venta y comunicación con el consumidor también para la industria de alimentación y bebidas que está adaptando su marketing y logística para proporcionar la mejor experiencia de compra tanto en el *retail* como en el canal online. En este sentido, el salón inaugurará *The Food Bloggers Conference*, un punto de encuentro e intercambio de conocimiento entre blogueros y profesionales del sector de la alimentación y la gastronomía que también incluirá conferencias. Se hablará de si se puede vivir de un blog; de la red social más eficaz, tendencias en comunicación y relación con las marcas.

Barcelona, abril de 2016



Alimentaria

Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com

Innoval, el espacio que refleja la I+D+i de la industria alimentaria, reúne 300 nuevos lanzamientos



Fira Barcelona

Alimentaria  Exhibitions

Bollería y snacks con algas, embutidos para veganos y un vermut ecológico, entre las novedades

Aunque toda Alimentaria en sí es un compendio de novedades, Innoval es el lugar de la feria que agrupa los últimos lanzamientos de la industria y que sirve de termómetro de tendencias. Este año se presentan alrededor de 300 productos. Snacks a base de guisantes; bollería con *chlorella*, alga rica en proteínas; el primer vermut ecológico del mundo; una tónica artesanal de fresas salvajes; salchichas frankfurt vegetales, embutidos y quesos para veganos; galletas que ayudan a reducir el colesterol; caldo natural de alcachofa ecológico; o café soluble con magnesio para combatir la fatiga son algunos de los productos que se verán en la exposición.

Los productos alimentarios se adaptan a diferentes estilos de vida y a las necesidades específicas de cada persona. Cada vez hay más alimentos a la carta, productos de uso rápido para consumir en diferentes momentos; con perfiles nutricionales más saludables y para colectivos específicos. Esta tendencia marca un nuevo paso que llegará a medio plazo: la ultra personalización de las dietas, cuando se elaborarán los alimentos en función de patrones genéticos.

A grandes líneas, según la consultora Innova Market Insights este año se imponen los productos orgánicos, las etiquetas de “saludable”, “natural” y “sin” y los alimentos de proximidad menos procesados. Al mismo tiempo, crece la demanda de superalimentos, esto es, productos mejorados y funcionales para aumentar el bienestar y prevenir dolencias y enfermedades. La búsqueda de placer, entretenimiento o diversión para crear toda una experiencia alimentaria es otra de las tendencias a tener en cuenta.

Más verde

El interés por lo natural y ecológico ha aumentado el número de vegetarianos a tiempo parcial. La dieta flexiteriana se pone de moda - incluso ya están surgiendo restaurantes especializados en este concepto-, con la verdura como máxima protagonista aunque sin renunciar al consumo de productos de origen animal de vez en cuando, eso sí, de máxima calidad. Los vegetales aumentan su presencia en lácteos, productos para niños, zumos y hasta en los productos cárnicos.

Vinculado a este punto se buscan nuevas fuentes de proteínas alternativas a la carne en algas, guisantes, soja, cereales (trigo, arroz y quinoa), frutos secos (almendras y pistachos), semillas (chía o lino) o suero de leche. Productos con las etiquetas “alto contenido en proteínas” o “fuente de proteínas” están llenando ya los lineales.

Innoval refleja claramente estas tendencias: numerosas categorías de productos como sopas, snacks de pan, tortitas de cereales o salsas incorporan, por ejemplo, quinoa, un pseudocereal con alto contenido en

Crece la demanda de productos saludables, naturales, ecológicos y funcionales

El sector busca fuentes de proteínas alternativas a la carne en guisantes, soja, quinoa, cereales, algas y semillas

Se tiende hacia los alimentos personalizados para colectivos con necesidades muy concretas

proteínas y múltiples beneficios para la salud. También se presenta una crema de chocolate para untar con base de semillas de lino, snacks de guisantes y arroz con forma de vaina; y bollería con Chlorella, un alga de agua dulce con un alto contenido de proteínas, vitaminas, minerales y aminoácidos esenciales.

Se verán, asimismo, embutidos loncheados sin carne elaborados con clara de huevo como base proteica, salchichas de viena vegetales con el sabor original, quesos bio sin leche o recetas como albóndigas, hamburguesas o nuggets vegetales con proteínas de trigo y soja. Por otro lado, lo ecológico gana protagonismo y se perfila como un segmento en claro crecimiento. Habrá yogures, galletas, conservas de pescado, snacks, vinos, aceites, tisanas y hasta vermouths ecológicos.

La salud es lo que importa

El consumidor valora la salud y se decanta por los productos alimentarios funcionales, que incorporan principios activos como calcio, omega 3, fibra, colágeno, probióticos, prebióticos, antioxidantes, vitaminas, etc., para mejorar el bienestar, prevenir enfermedades y proporcionar un aporte extra de energía o proteínas para llevar una vida más activa y saludable. Por eso aumenta también la demanda de alimentos “sin” gluten, lactosa, azúcar, sal o grasa, aunque no se padezca ninguna alergia o intolerancia alimenticia.

En este sentido, en Innoval 2016 se encontrarán novedades que conectan con esta inquietud por la salud y el bienestar. Destacan una mayonesa vegetal totalmente libre de alérgenos; galletas con betaglucano de avena que ayudan a reducir el colesterol; aceites de oliva virgen extra enriquecidos con Omega 3, soja y nuez con alto contenido en proteínas y antioxidantes; yogures con aloe vera; infusiones de té ecológico funcionales; leche sin materia grasa y con un 50% más de proteínas naturales; pizzas sin lactosa; o cereales rellenos bajos en grasa, entre otras.

Otra preferencia en auge son los alimentos artesanales y los de proximidad, así como aquéllos con una historia detrás cuyas materias primas tengan certificación de origen y no añadan compuestos artificiales. Tabletas de chocolate de inspiración artesanal; arroces refrigerados elaborados con métodos tradicionales; pizzas hechas a mano a partir de tritordeum, un nuevo cereal que combina las mejores propiedades del trigo y la cebada; o tónicas artesanas con esencia de fresas salvajes son algunas de las novedades de Innoval que ilustran esta tendencia.

Rápido, fácil y placentero

Otro factor que mueve la innovación de la industria alimentaria es la practicidad. Se buscan productos fáciles y rápidos de preparar y consumir en cualquier momento o lugar, siendo el packaging un aliado fundamental para ello. Además, de acuerdo con los nuevos perfiles demográficos, los formatos incluyen más raciones individuales.

Platos y ensaladas preparadas que no necesitan frío para su conservación; especialidades de diferentes países servidas en vaso y listas en pocos minutos con sólo añadir agua y calentar al microondas; asados de cordero para cocinar en el horno en la mitad de tiempo que uno tradicional; recetas del chef a base de pollo en envases microhorneables; snacks y *toppings* de embutidos; queso en cuña o cortado sin corteza; Cola Cao listo para tomar fuera de casa o un kit para cocinar tortillas de patata en cápsula son algunos ejemplos.

Finalmente, otro nutrido grupo de lanzamientos propone nuevos sabores y sensaciones con el fin de conquistar al consumidor. Chicles energizantes; turroneos de frambuesa o gintonic; harina negra al carbón vegetal para hacer pizzas; Cacaolat con toque de café; refresco de vino bajo en calorías; bebidas naturales de té con sabor sandía; pizzas cuadradas; perlas de aceite de oliva; caviar de fruta; o novedosas variedades de patatas violetas y tomates rosados.

Entre todos los productos expuestos, el 26 de abril se concederán los Premios Innoval 2016 en cada una de las nueve categorías que contempla este espacio: Dulcería, confitería, snacks y panadería; Lácteos y derivados; Aguas, refrescos y cervezas; Vinos y espirituosos; Helados y congelados; Cárnicos y derivados; Aceites, vinagres y condimentos; Productos frescos y refrigerados no lácteos, y Alimentación seca, deshidratada, conservas y semiconservas. También se entregarán los siguientes galardones: Premio Internacional a la mejor innovación extranjera; Premio Retail; Premio Horeca; Premio Canal Impulso; Premio a la Tendencia de Salud y Confianza, Premio Tendencia de Placer y Premio Tendencia de Practicidad.

Barcelona, abril de 2016



Alimentaria

Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions

Siete *startups* presentan en Alimentaria sus innovaciones *Food-Tech* en busca de inversores

La innovación y la tecnología revolucionarán la alimentación y la manera en que comemos

En 2015 se batió el récord en inversión en tecnología aplicada al sector de la alimentación en el mundo, superando los 5.800 millones de dólares, el doble que el año anterior. Se trata de innovaciones, muchas de las cuales proceden de *startups*, que están transformando qué y cómo comemos. Alimentaria 2016 recoge esta incipiente pero imparable revolución *Food-Tech* en el espacio *The Food Factory* en el que participarán siete empresas de base tecnológica o científica de reciente creación que harán demostraciones de sus novedosas soluciones y las presentarán ante potenciales inversores y empresas del sector.

Reimagine Food –primer centro de innovación sobre la alimentación del futuro y aceleradora de *startups food-tech*–, trae al *The Food Factory* de Alimentaria cinco innovaciones, elegidas entre más de 400 proyectos presentados a la segunda edición del programa Prometheus, que basan sus propuestas en Big Data, inteligencia artificial y visión por computación y que ejemplifican y avanzan las tendencias de la tecnología aplicada a la industria de la alimentación que vienen. Se suman a este espacio de la feria otras dos empresas de perfil innovador propuestas por CaixaBank.

Los siete del *The Food Factory*

Así, Diet Creator (Barcelona) presentará el primer software que ayuda a hacer dieta con control profesional. Incluye una plataforma con cálculo nutricional instantáneo, motor de recetas, etc. y una *app* para el paciente, con pautas, datos de su evolución y seguimiento del nutricionista. Mientras, NU4MAT (Barcelona) crea experiencias de compra y consumo inéditas. Displays interactivos que, con realidad aumentada, explican la historia del producto; expositores con imágenes de videojuego; instalaciones multisensoriales para restaurantes y hasta postres voladores que se suspenden en el aire.

Por su parte, Healum (EE.UU.) ha diseñado un servicio de *coaching* nutricional *online* que utiliza la tecnología móvil y digital para prevenir y combatir enfermedades relacionadas con la alimentación como la obesidad o la diabetes. A su vez, Impact Vision (Reino Unido) permite simplificar y hacer eficiente todo el proceso de evaluación de atributos de calidad e inocuidad de un producto alimentario, mediante el simple análisis de una imagen. Igualmente, Visual Tagging (Barcelona) ayuda a las marcas a descubrir quién y cómo está compartiendo sus productos en Instagram, mediante el análisis visual y reconocimiento de logotipos.

Finalmente, iMICROQ (Tarragona) presenta la plataforma Qfast® para detectar patógenos en muestras alimentarias utilizando biosensores, que avisan de la presencia o ausencia de gérmenes y la microcervecera Art Cervesers (Barcelona) dará a conocer “Art Minori”, una cerveza artesana elaborada con malta de un arroz japonés adaptado al Delta del Ebro para conseguir que no tenga gluten. Estas dos últimas empresas vienen de la mano de CaixaBank.

Estas siete *startups* estarán ubicadas en *The Food Factory* dentro de *The*

Reimagine Food
presenta las
tendencias de la
alimentación del futuro

En unos años
comeremos
superalimentos
funcionales,
inteligentes y hasta
modificados

La tecnología ayudará
a saber lo que
comemos y se
instalará en la
restauración y las
cocinas domésticas

Alimentaria Hub en el pabellón 3 del recinto de Gran Via de Fira de Barcelona. Está previsto que el 28 de abril realicen su *demo day* ante empresas e inversores.

Reimagine Food como observatorio privilegiado del enorme avance tecnológico del sector y socio de innovación disruptiva para la industria alimentaria ha identificado 10 tendencias emergentes que se irán consolidando en los próximos años y que incidirán tanto en la producción de nuevos productos como en el modo en que los compramos y consumimos.

¿Qué comeremos en el futuro?

1. **Alimentos que curan o previenen:** Bebidas antioxidantes, soda probiótica (con bacterias beneficiosas para la digestión y el sistema inmunológico), *snacks* aptos para diabéticos, *pharma foods*, etc. Alimentos que contribuyen a prevenir o curar patologías diversas son categorías emergentes, alineadas con las nuevas preocupaciones del consumidor.

2. **Superalimentos** que nos asegurarán el consumo diario de los nutrientes que necesitamos. Un ejemplo es el súper-vegetal Kahi-Nam, con las propiedades del brócoli, las espinacas y la col: proteína, fibra, hierro, magnesio, vitaminas, antioxidantes, etc. GreenOnyx ha creado un sistema para cultivarlo en casa a través de la tecnología. Otros ejemplos son Exo, que produce barras de proteínas hechas con harina de grillo, o Protings, una gama de *snacks* saludables con 15 gramos de proteína por bolsa.

3. **Substitutos de los alimentos.** La ingeniería llevada al plato. Algunos lo consideran la comida del futuro, otros el *anti-food*. Soylent, el batido de moda en Silicon Valley que promete aportar todos los nutrientes necesarios, es el mejor ejemplo. Pero no es el único. MealSquares, y otras startups con productos similares rápidamente han conseguido inversores que les ofrecen cifras escandalosas (>20M\$) y que les permiten crecer rápidamente.

4. **Nuevos ingredientes modificados:** Tendremos a nuestra disposición nuevos alimentos que substituyen ingredientes animales por vegetales casi sin variar sabor y textura. Desde Modern Meadow, (primera hamburguesa in-vitro), Impossible Foods (carnes y quesos sin utilizar animales), Hampton Creek, (huevo con proteína vegetal) a Beyond Meat (sustitutos de pollo y ternera con proteínas de origen vegetal).

5. **Alimentos inteligentes:** Nanotecnología en nuestro estómago. Alimentos que nos permitirán observar su trazabilidad y comportamiento en tiempo real dentro de nuestro organismo. En esta categoría también incorporaríamos el poder que nos ofrecerá la tecnología para personalizar los alimentos según nuestras necesidades o enfermedades.

¿Cómo lo haremos?

1. **Transparencia y trazabilidad.** La tecnología nos ayudará a saber exactamente qué comemos. Google ya ha patentado un sistema que indica cuántas calorías tiene un plato al fotografiarlo. SCIO o TellSpec están creando espectómetros de bolsillo que detectan metales, pesticidas, calorías, etc., en un alimento. La democratización de la información alimentaria llega para quedarse.

2. **Food delivery.** Hasta un *drone* nos llevará la comida a domicilio. Desde una pizza a platos de chef con estrella Michelin. Pedidos personalizados, realizados con solo mirar los ingredientes en una pantalla de un dispositivo móvil, sin hacer click. Nuevas tecnologías que permitirán un estado de conservación único y que incluso harán que no sea necesario un transporte refrigerado.

3. **Restaurantes Tech:** vivirán una auténtica revolución tecnológica. Nos sentaremos ante mesas inteligentes, las cartas se personalizarán según nuestro ADN o perfil nutricional, algunos platos se imprimirán en 3D y las experiencias gastronómicas serán multisensoriales, con realidad virtual y hologramas.

4. **Robotización de la cocina:** los robots tomarán las riendas de nuestra cocina, con chefs virtuales que, con la misma facilidad que seleccionamos una canción en iTunes, nos prepararán un plato. Todo estará conectado: nevera, móvil, impresoras de alimentos 3D, etc. El mercado de la *smart-kitchen* dobló su volumen en el último año.

5. **Coaching nutricional virtual:** un asistente virtual nos propondrá los menús en base a nuestras necesidades nutricionales (gustos, consumo calorías, alergias, etc.). Monitorizaremos nuestra salud con dispositivos adheridos al cuerpo o implantados. Observaremos la personalización alimentaria como nunca antes lo hemos visto.

Este año en *The Alimentaria Hub* varios expertos analizarán y debatirán estas tendencias que marcan el futuro de la alimentación. Asimismo en algunos stands de la feria y en Innoval ya será posible encontrar innovaciones relacionadas con estas grandes líneas de innovación. Sin embargo, habrá que esperar a próximas ediciones para comprobar si esta prospectiva se cumple.

Barcelona, abril de 2016



Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Alimentaria Exhibitions

Los jóvenes chefs y las mujeres, protagonistas del gran espacio gastronómico de Alimentaria

***The Alimentaria Experience* avanza el relevo generacional en la alta cocina**

Con una media de edad de 38 años, restaurante propio en la mayoría de casos –algunos laureados ya con estrella Michelin–, y una extensa trayectoria en el mundo de la restauración. Así son los nuevos talentos que marcan tendencia en la alta cocina y que participarán en los talleres y *showcookings* del espacio gastronómico *The Alimentaria Experience*. En total cerca de 40 cocineros, entre ellos renombrados chefs, jóvenes cocineros y varios nombres femeninos que pisan fuerte, demostrarán que el relevo generacional para seguir disfrutando y proyectando internacionalmente nuestra mejor gastronomía está asegurado.

The Alimentaria Experience es un espacio pensado para que los visitantes de Alimentaria vivan en directo la elaboración, emplatado y degustación de algunas de las especialidades que se sirven en restaurantes que despuntan en las mejores guías gastronómicas. Con las diferentes actividades programadas, se promociona y se pone en valor la calidad, el sabor y variedad de los ingredientes y productos alimentarios utilizados en cada plato, al tiempo que se contribuye a expandir y crear una mayor cultura gastronómica.

En *The Alimentaria Experience* habrá talleres que permitirán al público interactuar con el chef. Por un box para sólo 22 asistentes pasarán cocineros de renombre entre los que destaca Joan Roca (El Celler de Can Roca). Habrá un día en el que cocinarán sólo chefs femeninas que defienden estrellas Michelin como la gallega Beatriz Sotelo (Restaurante A Estación); la cordobesa Celia Jiménez (Restaurante Celia Jiménez) o la leonesa Yolanda León (Restaurante Cocinandos). También participará Alejandra Rivas, directora junto a Jordi Roca de la heladería Rocambolesc. En estos exclusivos talleres también tomarán los fogones jóvenes y chefs con estrella como el valenciano Ricard Camarena (Restaurante Ricard Camarena), el gallego Javier Olleros (Restaurante Culler de Pau) o los barceloneses Eduard Xatruch y Oriol Castro (Disfrutar).

Además, se incluyen en este programa de talleres dos interesantes propuestas extranjeras, la del restaurante francés Mirazur del chef argentino Mauro Colagreco y la del peruano Restaurante Central de Virgilio Martínez.

Showcookings

The Alimentaria Experience ofrecerá al público demostraciones culinarias a cargo de prestigiosos chefs que, a pesar de su juventud, llevan varios años en primera línea del panorama gastronómico nacional como Paolo Casagrande (Restaurante Lasarte – Barcelona); Fernando Pérez Arellano (Restaurante Zaranda – Madrid); Mario Sandoval (Restaurante Coque – Madrid) y Ángel León (Restaurante Aponiente – Puerto de Santa María). Siguiendo el mismo esquema de los talleres, el segundo día de Alimentaria

Mario Sandoval, Ángel León, Ricard Camarena o Diego Guerrero son algunos de los 40 cocineros participantes

Ana Merino, Beatriz Sotelo, Celia Jiménez o Yolanda León, entre las féminas que triunfan en el panorama de la alta restauración

Habrá representación internacional con chefs de Francia, Perú, Italia, México e India para conocer otras culturas gastronómicas

serán las cocineras quienes se encargarán de los *showcookings*. Entre los nombres figuran Macarena de Castro (Restaurante Jardín – Port Alcudia); Ana Merino, la más joven del grupo con 30 años, (Restaurante Mont Bar – Barcelona); Teresa Gutiérrez (Restaurante Azafrán – Villarrobledo); Ana Acín (Restaurante Venta Sotón – Huesca); María Solivellas (Restaurante Ca na Toneta – Mallorca) y Aizpea Oihander (Restaurante Xarma – San Sebastián). El último día será el turno de jóvenes chefs que se están convirtiendo en una referencia a seguir en el panorama culinario español: Sergio Bastard (Restaurante Casona del Judío – Santander); Rafa Soler (Restaurante Audrey’s – Calpe); Iván Domínguez (Restaurante Alborada – La Coruña); Rubén Trincado (Restaurante Mirador de Ulía – San Sebastián) y Diego Guerrero (Restaurante DSTAgE – Madrid).

The Alimentaria Experience incluirá, asimismo, cuatro *showcookings* simultáneos denominados “Planeta Cocina”, que darán a conocer la riqueza de otras culturas gastronómicas. Así, Roberto Ruiz (Restaurante Punto MX – Madrid) presentará su particular reinterpretación de los sabores mexicanos; Andrea Tumbarello (Restaurante Don Giovanni - Madrid) acercará la mejor versión de la cocina italiana; Ricardo Sanz (Restaurante Kabuki - Madrid) fusionará la cocina japonesa y la mediterránea, mientras que Atul Kochhar (Restaurante Benares - Madrid) propondrá creaciones basadas en la gastronomía india.

Asimismo, en el programa de *showcookings* habrá sesiones protagonizadas por “cocineros de concurso”, esto es, los ganadores y finalistas de la 2ª y 3ª edición de *Masterchef* y *Cocineros al volante*, programas televisivos de éxito que han despertado el interés por la gastronomía del gran público. Victoria Pulgadin, Mateo Sierra, Carlos Maldonado, Sally Caballero y Javier Bricchetto realizarán sus propias creaciones. Además, *The Alimentaria Experience* será el escenario de las finales de los Concursos “Cocinero del año” y “Camarero del año” en las que competirán ocho y cuatro profesionales respectivamente que están trabajando en el ámbito de la restauración.

Green chefs

Vegetarianos, veganos, flexiterianos... La alta cocina se suma a esta corriente e incluye propuestas saludables a medida de estos comensales reivindicando el sabor y calidad de los productos de proximidad. *The Alimentaria Experience* incluirá *showcookings* donde se compartirán tendencias y se presentarán las prácticas de algunos reconocidos restaurantes que enfocan sus cartas a este público, centrándose en la verdura. Participarán Sebastian Frank, del berlinés Restaurante Horvath (2 estrellas Michelin); Fabio Winkelhofer del Restaurante Plefferschiff de Salzburgo; el vallisoletano Miguel Ángel de la Cruz, de La Botica de Mazapozuelos (1 estrella Michelin), Teresa Carles y Jordi Barri, del grupo Teresa Carles Healthy Foods; Nacho Rojo (Restaurante La Galería – Burgos), Alex Alcántara (Restaurante Bache – Madrid); o Iñigo Pérez (Restaurante Urrechu - Madrid).

Pero no sólo habrá *showcookings* de alta gastronomía, *The Alimentaria Experience* dará visibilidad a proyectos singulares del ámbito de la restauración colectiva. Así, la cocinera y asesora de Eurest Catalunya, Ada Parellada, presentará ideas nuevas y divertidas para los menús escolares; el cocinero de la Fundació Alícia, Marc Puig-Pey, abordará la restauración sociosanitaria para personas mayores; mientras que la subdirectora de Gestión y Servicios Generales del Complejo Asistencial Universitario de León, Soledad Parrado, junto a una cocinera del centro, explicará el éxito de la implantación de menús pediátricos en este hospital.

Nuevos espacios para las últimas tendencias

Al margen de ampliar la presencia de chefs, la segunda edición de *The Alimentaria Experience* estrenará nuevos espacios pensados para dar cabida a las últimas tendencias en el sector de la restauración. Gastronomía y turismo serán los dos conceptos clave para la actividad Turismo Enogastronómico, en el que se habilitarán varias zonas para que las Diputaciones y Consejerías autonómicas den a conocer los productos emblemáticos de sus cocinas, así como la cultura y la artesanía culinaria propia de cada zona.

Los grandes especialistas en coctelería estarán en el espacio *Cocktail&Spirits*, donde se presentarán los mejores y más demandados destilados y licores. Al margen de la exposición, se habilitará una gran barra común en la que se maridarán ginebras, rones y whiskeys con café, chocolate o zumos. Finalmente, la cada vez más popular comida urbana será protagonista del espacio *Food Trucks*. Estas furgonetas de estética *vinatge* están en auge y demuestran como los conceptos comida rápida y calidad pueden ir de la mano.

Barcelona, abril de 2016



Alimentaria

Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions

Un espacio de reflexión, divulgación y negocio en torno al vino que complementará la oferta de Intervin

Cerca de 40 expertos sirven lo mejor del vino español en el nuevo VINORUM *Think* de Alimentaria

Este año Intervin, el Salón internacional del vino y los espirituosos de Alimentaria, presenta VINORUM *Think*, un renovado espacio de reflexión, divulgación, sinergias gastronómicas y negocio en torno al vino español. El programa incluye catas magistrales, mesas redondas, conferencias, *showcookings* y maridajes a cargo de cerca de 40 expertos nacionales e internacionales, entre ellos reconocidos críticos, enólogos, empresarios, masters of wine, periodistas, sumilleres y chefs. Destaca la presencia del crítico de espumosos más importante del mundo, Tom Stevenson; la *master of wine* estadounidense, Debra Meiburg; y el creador de la Academy of Wine Communications, Paul Wagner, entre otros.

Del 25 al 28 de abril, VINORUM *Think* será el centro neurálgico de la feria para analizar, visualizar y entender el potencial del vino español, además de para conocer las últimas novedades del sector, los caldos que están marcando tendencia, las referencias punteras en distintas denominaciones de origen y los secretos para conquistar consumidores dentro y fuera de nuestras fronteras, mostrando al mismo tiempo la íntima relación del vino con la gastronomía. Este espacio de actividades –ubicado en el pabellón 3 del recinto de Gran Via de Fira de Barcelona–, será el mejor complemento de la oferta comercial del salón Intervin, donde estarán representadas más de 700 empresas vitivinícolas.

Catas magistrales

A lo largo de cuatro días, en VINORUM *Think* tendrán lugar una decena de catas magistrales. El crítico para España de Robert Parker *The Wine Advocate*, Luís Gutiérrez, analizará varias referencias que constatan la enorme diversidad de vinos que se producen en España. Por su parte, el fundador y el director de la *Guía Peñín de los Vinos de España*, José Peñín y Carlos González, respectivamente, ofrecerán su visión sobre los mejores caldos del momento y los críticos Juancho Asenjo y Víctor de la Serna centrarán su cata en la evolución de los vinos en nuestro país.

El crítico británico, Tom Stevenson, desvelará los espumosos españoles que más le han impresionado, mientras que el fundador de la *Guía Proensa*, Andrés Proensa, evocará los vinos que han marcado en su carrera. Los excelentes Riojas de la añada 2001 serán comparados por el mejor sumiller de España 2014, Guillermo Cruz, y el periodista Alberto Gil, al tiempo que el experto en vinos tradicionales andaluces, Jesús Barquín, y el director general del Consejo Regulador Vinos de Jerez, César Saldaña, evaluarán los vinos de sacristía, nombre que reciben los caldos de viejas soleras con crianzas de más de 20 o 30 años que comercializan las bodegas D.O. Jerez-Xerès-Sherry y Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda. Asimismo, el periodista Ramón Francàs dirigirá una cata sobre los mejores vinos catalanes actuales, mientras que el exsumiller de elBulli, Ferran Centelles, rescatará algunas de sus notas de cata más relevantes para

Habrà una decena de catas magistrales para descubrir los vinos que marcan tendencia

Conferencias y mesas redondas analizarán nichos de mercado y el comportamiento del consumidor

Chefs y sumilleres protagonizarán cuatro showcookings con maridaje incluido

JancisRobinson.com y los directores de las Guías de vinos de *El País* y de *Abc*, Pilar Molestina y Juan Fernández Cuesta, respectivamente, valorarán los rasgos diferenciales de los grandes vinos según los medios de comunicación.

Mesas redondas y conferencias

En VINORUM *Think* habrá lugar también para el conocimiento, intercambio de opiniones y experiencias en torno al mercado del vino. En este sentido se celebrarán varias mesas redondas y conferencias para tratar los factores que afectan a la compra de un vino; conocer qué están haciendo las bodegas españolas para conquistar nuevos consumidores; analizar lo que buscan los importadores internacionales; valorar el potencial vitícola y enológico de nuestro país; o descubrir tendencias en enoturismo que están triunfando en otros lugares, como es el caso de California. Dentro de este bloque destaca la ponencia magistral sobre cómo vender vino en Asia impartida por la *master of wine*, Debra Meiburg, puesto que, ante el crecimiento de la demanda, China, Japón y los países del sudeste asiático se están convirtiendo en mercados preferentes para muchas bodegas españolas.

Otros ponentes participantes son: el director de Lavinia, Juan Manuel Bellver; la directora de sumilleres del restaurante Monvínic, Isabelle Brunet; el director de Outlook Wine, David Molina; el director de marketing de Codorniu, Guillem Graell; el director de marketing de González Byass, Eugeni Brotons; el director de marketing de Bodegas Torres, Joaquim Tosas; el director general del Observatorio Español del Mercado del Vino, Rafael Del Rey –que compartirá sesión con tres representantes de los principales mercados importadores de vino español- el catedrático de viticultura de la Universidad de La Rioja, Fernando Martínez de Toda; el enólogo y gerente de Laboratorios Excell Ibérica, Antonio Palacios; y el director de la agencia de comunicación y marketing del vino Balzac, Paul Wagner.

Armonía del vino y gastronomía

Por otro lado, en VINORUM *Think* habrá cuatro sesiones de *showcooking*, maridaje y degustación dirigidas por reconocidos chefs del país y sumilleres para demostrar cómo la gastronomía se convierte en el principal canal de expresión del vino y eficaz aliado para su promoción. Así, desde el restaurante guipuzcoano Mugaritz, el cocinero y responsable del equipo de I+D, Dani Lasa, y el jefe de sumilleres, Guillermo Cruz, presentarán la cocina como una ciencia natural en la que se investigan técnicas, ingredientes y sabores que hay que armonizar con el vino.

El socio y asesor gastronómico del barcelonés Céleri Restaurant, Healthy Kitchen, y antigua mano derecha de Santi Santamaria, Xavier Pellicer, centrará su demostración en la cocina saludable y el vino. El maridaje vendrá de la mano del sumiller Arnaud Echalié con quien Pellicer coincidió en Can Fabes y que ahora es director del equipo de bebidas del complejo hotelero Sands Cotai Central en Macao. Por su parte, la sumiller de elBarri Adrià, Cristina Losada, y el jefe de cocina del restaurante Enigma, Oliver Peña, compartirán escenario en el *showcooking* “7 conceptos, 7 cartas”, mientras que la chef del restaurante Azafrán de Villarrobledo, Teresa Gutiérrez, y el decano de los sumilleres españoles Custodio López Zamorra presentarán la armonía entre la nueva cocina manchega y sus vinos.

800 empresas en Intervin

Intervin reunirá casi a la quinta parte de las 4.000 empresas expositoras de Alimentaria, convirtiéndose en el principal escaparate internacional del vino español al mostrar una variada y amplia oferta en tintos, blancos, rosados, cavas, espumosos y bebidas espirituosas. La principal prioridad para las firmas participantes es acceder, gracias a la feria, a mercados emergentes en el exterior, así como contactar con profesionales de la distribución, el *retail*, los comercios especializados y la restauración española con el fin de contribuir a reactivar el consumo interno. También exponen en Intervin Comunidades Autónomas y Consejos Reguladores para promocionar los vinos de pequeños y medianos productores. Cataluña, La Rioja, Castilla y León y Galicia son algunas de las regiones que aportan más vino a Alimentaria, que este año celebrará su 40 aniversario.

Barcelona, abril de 2016



El espacio de cata autoguiada contará con AOVE premiados en prestigiosos certámenes internacionales

La Barra de Aceites Gourmet de Alimentaria reunirá la elite de los Vírgenes Extra españoles

Desde las variedades más conocidas como la Picual, la Cornicabra o la Arbequina, hasta otras menos frecuentes como la Changlot Real, Royal o Arróniz. La Barra de Aceites de Oliva Gourmet de Alimentaria prepara para 2016 una amplia muestra de más de 100 referencias de alta gama producidas en España. El espacio de cata, ubicado en la zona *Mediterranean Foods*, reflejará el buen estado de forma del aceite de oliva nacional, con una creciente oferta en el segmento Premium, que busca exportar más y conectar con la mejor gastronomía. El espacio reunirá también más de una veintena de aceites premiados en el prestigioso The World's Best Olive Oils 2015 de Nueva York y los ocho galardonados en el concurso Jaén Selección.

Un año más serán protagonistas los aceites de oliva virgen extra (AOVE) que configuran la oferta española de calidad más elevada. Las firmas participantes en la Barra de Aceites aportarán entre una y cinco referencias. Algunos son aceites amparados por Denominaciones de Origen (DOP) como Priego de Córdoba, Baena, Sierra Mágina, Montes de Toledo, Oli de Mallorca, Aceite de Navarra, Siurana, Borges Blanques o Gata-Hurdes, entre otras. También se podrán encontrar aceites sin DO y nuevas marcas impulsadas por pequeños productores y almazaras.

Este espacio de cata apuesta por el formato de degustación auto-guiada a través de fichas descriptivas, para que compradores nacionales e internacionales, representantes de la distribución, el *retail*, la gastronomía o el canal Horeca descubran el sabor, calidad y variedad de los mejores aceites, así como nuevas tendencias. *“Una vez más, los aceites ofrecen importantes matices organolépticos en función del territorio en el que se cultivan, la variedad, la climatología y altura del lugar o el tipo de suelo”*, explica la directora de la empresa organizadora Food Consulting y coordinadora del espacio, Marta Angulo.

La Barra de Aceites de Oliva Gourmet de Alimentaria será un fiel reflejo del mercado nacional cada vez más diverso y con un mayor número de productos que compiten en el segmento Premium *“Son precisamente estas referencias las que estarán en la Barra de Aceites. Se trata de marcas que, desde hace unos años, avanzan más allá de la búsqueda de aceites sin defectos, persiguiendo la excelencia y elaborando AOVE que podríamos denominar de autor”*, resume Angulo.

Además de esta búsqueda de la máxima calidad, La Barra de Aceites de Oliva Gourmet reflejará otras tendencias del sector como la apuesta por los aceites ecológicos, la experimentación a través de la recolección temprana de la oliva y el crecimiento de los sistemas de producción integrados. Con 10 años de trayectoria, La Barra de Aceites de Oliva se ha convertido en una cita ineludible para los importadores de todo el mundo que quieren conocer la diversidad de productos olivareros del país.

Un mercado en expansión

Los AOVE españoles han multiplicado su presencia internacional en los últimos años. Más de la mitad de la producción de aceite de oliva nacional se exporta a 65 países del mundo. El 65% de las exportaciones se dirigen a los países de la Unión Europea, mientras que las ventas en mercados clave como los Estados Unidos, China, Australia y Brasil crecen año tras año. *“Los certámenes internacionales están premiando de forma recurrente a los AOVE españoles, lo que hace que el producto sea cada vez más valorado y reconocido fuera de nuestras fronteras. España ya no es percibida sólo como la principal productora del mundo, sino también como el país de origen de los aceites más prestigiosos”*, destaca Angulo.

Barcelona, abril de 2016



Empresas participantes en la Barra de Aceites de Oliva Gourmet de Alimentaria 2016

ACEITES ARODÉN HISPANIA S.L.

- Cladivm

ACEITES ABRIL

- Gotas de Abril

ACEITES CAMPOLIVA S.L.

- Melgarejo Ecológico Premium

ACEITES CASTELLAR S.L.

- Nobleza del Sur Centenarium Premium

ACEITES DE LAS HERAS (OLISOY)

- Oli Medi

ACEITES DEL SUR COOSUR S.A.

- La Española Virgen Extra Cristal

ACEITES SAN ANTONIO S.L.U.

- Cortijo La Torre Premium

AGRÍCOLA GUZMÁN S.A.

- Hacienda Guzmán Reserva Fam. Arbequina

AGRÍCOLA LA MAJA

- La Maja

AGROLÉS

- MS 1900 EVOO Arbequina
- Románico Ecológico
- Románico Esencia Premium

AGROVERN OLIBO

- Pla dels Cortals

AGUIÑA PIPERRAK S.L.

- Aguiña Piperrak

ALIMENTOS IBERÁNDALUS, S.L.

- Feudo Verde

ALMAZARAS DE LA SUBBÉTICA S.L.U.

- Rincón de la Subbética

AMANIDA S.A.

- Amanida Verdeña

ARBEQUINO ANDALUZ S.L.

- La Cultivada Organic

BELOYANA

- Duernas oleum temprana
- Duernas oleum picual

BODEGAS FRANCISCO GÓMEZ

- Francisco Gómez Gold
- Francisco Gómez Serrata Black
- Fruto Noble

BODEGA MATARROMERA S.L.

- Oliduro Secret Blend

BODEGA PERALES S.L.U.

- Marqués de Valdeza
- Merula

CAMPOS DAVE S.L.

- Pepa y el Olivar Premium

CAN COMPANYÓ CAT S.L.

- Can Companyó

CASAS DE HUALDO

- Casas de Hualdo Cornicabra
- Casitas de Hualdo

CASTILLO DE CANENA

- Reserva Familiar Arbequina
- Reserva Familiar Picual
- Royal Temprano

CATAVINS & L'OLI FERRER

- Umami

CELLER LA VINYETA S.L.

- Fosc Argudell 100%

CELLERS UNIÓ – OLIS DE CATALUNYA

- Unió
- Olearum Coupage

COOPERATIVA AGRÍCOLA DE CAMBRILS, SCCL

- Mestral

CORTIJO DE SUERTE ALTA S.L.

- Cortijo de Suerte Alta Coupage Natural

DAULIVO

- Oleu Summ Acebuchina
- Oleo Summ Coupage

EBRETHINK

- L'Oli del Mar

EL TRUJAL DE LA LOMA S.L.

- Cortijo Spiritu_Santo

EXPLORACIÓN AGRO-ALCUDIA S.A.

- Olí Solivellas

EXPLORACIONES AGRÍCOLAS PÁRAMO DE VALDECUEVAS S.L.U.

- General Blake
- Pago de Valdecuevas

EXPLORACIONES JAME S.L.

- Bravoleum Selección Especial de Aceites
Hacienda El Palo

EXPLORADURA AGRO-ALCUDIA S.A.

- Olí Solivellas

EXPORTACIONES MARICHICA S.L.U.

- Elixé Selección Gourmet

EXPORTADORA ANDALUZA S.L.

- Oro Virgen

F.FAIGES S.L.

- Ábaco

FERNANDO PIEDRABUENA

- Pago de Piedrabuena

FINA DUERNAS (BELOYANA)

- Duernas Oleum Picual
- Duernas Oleum Arbequino

GALGÓN 99

- Casa del Agua
- Oro Bailén Reserva Familiar Arbequina
- Oro Bailén Reserva Familiar Picual

GOYA EN ESPAÑA

- Goya Único Special Edition

GRUPO RIOLIVA 2009, S.L.

- Auténtico

GRUPO YBARRA

- VE Ybarra Gran Selección

HACIENDA QUEILES S.L.

- Abbae de Queiles

HERETAT MONTRUBÍ

- Arbequinas de Mont Rubí

HERMANOS OLIVÉ S.L.

- Olive-Rovira

INDUSTRIAS AGROALIMENTARIS DE CRETAS

- Diezdedos Arróniz
- Diezdedos Empeltre

KNOLOVE OILS S.L.

- Knolive

JAÉNCOOP S.C.A.

- Prólogo

LA PONTEZUELA S.L.U.

- 5 elemento 100% cornicabra

MANZANILLA OLIVE S.C.A.

- Manzanilla Olive

MARQUÉS DE VALDUEZA

- Merula

MASÍA EL ALTET

- High Quality
- Premium
- Special Selection

MOLÍ DELS TORMS S.L.

- Olicatessen Ecológico Coupage

MOLÍ LA BOELLA S.L.

- La Boella Arbosana
- La Boella Koroneiki
- La Boella Premium

MON ERMITAGE S.L.

- Mon Ermitage

MONVA, S.L.

- Dominus Cosecha Temprana

MUELAOLIVA Y MINERVA S.L.

- Mueloliva Picuda
- Venta del Barón

OLEICOLA JAÉN

- AOVE Oleicola Jaén

OLEOESTEPA S.C.A.

- Egregio
- Estepa Virgen
- Oleoestepa Arbequino
- Oleoestepa Hojiblanco
- Oleoestepa Selección

OLEUM PRIORAT, S.C.C.L.

- Oleum Priorat Elixir

OLÍS BARGALLÓ S.A.

- AOVE Arbequina Premium
- AOVE Picual Premium

OLIS DE CATALUNYA S.L.

- Olearum Coupage
- Unió

OLIS-SOLÉ

- Mas Tarrés
- Mas Tarrés Bio

OLIVAR DE SEGURA

- Oro de Génave
- Saqura

OLIVAR DEL AZARAQUE

- Camino de Aníbal Ecológico

PAGO BALDÍOS DE SAN CARLOS S.L.

- Pago Baldíos de San Carlos

RAFAEL ALFONSO AGUILERA S.L.

- Oro del Desierto Coupage Natural

SAMUEL LÓPEZ FERNÁNDEZ

- Verde Esmeralda Premium

S.C.A. DEL CAMPO "EL ALCAZAR"

- Olibaeza

S.A.T. SANTA TERESA

- 1881

S.C.A. SAN JUAN

- Supremo

S.C.A. SAN SEBASTIÁN

- Señorío de Mesías

SERVEIS AGRARIS MAIVA S.L.

- Az-Azeytun Arbequina
- Az-Azeytun Empeltre

SON MORAGUES 1921 S.L.U.

- Son Moragues

TORRES

- El Silencio
- Eterno

VENCHIPA S.L.

- O-Med Picual

VERDE ESMERALDA OLIVE

- Verde Esmeralda

La Barra de Aceites de Oliva Gourmet es una muestra y espacio de cata coordinado por Food Consulting

El espacio de cata y exposición desvela la calidad y tradición de un centenar de microempresas queseras

Los pequeños productores, protagonistas de la muestra “España, el país de los 100 quesos”

El espacio de cata y exposición ‘España, el país de los 100 quesos’ incluido en el salón Interlact de Alimentaria concederá el máximo protagonismo a los productos de un centenar de microempresas queseras, que son mayoría en el tejido industrial del sector. Una propuesta gastronómica y sensorial para descubrir y saborear hasta 200 referencias para comprobar la amplísima biodiversidad de los quesos tradicionales y artesanos que se elaboran en diferentes zonas de España.

El último informe del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente identificó más de 1.000 microempresas lácteas en España con una facturación acumulada por encima de los 325 millones de euros. Se trata de compañías con ingresos por debajo de los 2 millones de euros anuales y con un máximo de 10 trabajadores contratados a tiempo completo. “*Estas microempresas son las que trabajan los quesos más antiguos y tradicionales, pero también las que introducen más innovaciones en los métodos de producción*”, destaca el coordinador del espacio y experto quesero, Enric Canut.

Entre los quesos en exposición se podrán encontrar algunos de los productos más reconocidos, como el Queso Moho Blanco, el Arangas de Cabrales o el Queso Otatza, galardonados con el Premio Alimentos de España al Mejor Queso en los años 2011, 2013 y 2015 respectivamente. Además de los quesos premiados, el espacio contará con una amplia representación de variedades artesanas procedentes de Catalunya, Baleares, Cantabria, Castilla y León, País Vasco y Navarra, entre otras Comunidades Autónomas.

Los visitantes que acudan al espacio ‘España, el país de los 100 quesos’ podrán disfrutar de una degustación auto-guiada gracias a las fichas descriptivas que acompañan a cada producto, con detalles sobre la variedad, marca, sabor, tipo de leche utilizada y otros detalles de interés. Para completar la experiencia, el bufet incluirá un maridaje con una gran variedad de vinos, jereces, cavas, cervezas, panes, crudités y mermeladas.

El producto lácteo que más se exporta

El crecimiento de las ventas en el exterior son buena muestra del creciente prestigio de las variedades queseras nacionales. Los quesos son el principal producto lácteo exportado desde España, con un 22,6% del valor total de las ventas del sector. Los principales compradores de los quesos españoles son Portugal, Francia, Italia y Reino Unido.

En cuanto al mercado interior, en 2014 los españoles consumieron una media de 9,3 kg de queso, con un gasto estimado de unos 60 euros por persona.

Barcelona, abril de 2016



Empresas participantes en “España, el país de los 100 Quesos” de Alimentaria 2016

ACLIPOR S.A.
ALIMENTOS MIRAFLORES S.L.
ARTELAC-ULLAR
ARTESANOS DEL ARCO HERNÁNDEZ
ARTESERENA S.L.
BEATO DE TÁBARA S.L.
BIEN APARECIDA
BIOGRANJA MONTESDEOCA S.L.
CAL MAJUBA S.L.
CAÑAREJAL S.L.
CARRALEJOS GRANJA-QUESERÍA
CASA CAMPO S.C.
COOPERATIVA AGRÍCOLA I RAMADERA DE MENORCA
CORSEVILLA SOC. COOP. ANDALUZA
CRISANTO
EL BENASQUÉS S.C.
EL CARMEN LÁCTEOS
ESPERANZA DEL CASTILLO S.L.
FINCA DE UGA S.L.
FINCA PASCUALETE
FOMENTO QUESO MANCHEGO S.L.L.
FORMATGE BAUMA S.L.
FORMATGERIA BAUMA
FORMATGERIA MOGENT S.A.
FORMATGERIES DE CLUA SCCL
FORMATGES ARTESANS DE PONENT S.L.
FORMATGES CAMPS
FORMATGES CASTELL-LLEBRE
FORMATGES MUNTANYOLA
FORMATGERIA DE TAÜLL
FORMATGERIA DERA IRISSA
FORMATGES CAMPS
FORMATGES DE PONENT
FORMATGES MAS GARET S.L.
FORMATGES MONBER
FORMATGES MUNTANYOLA
FORMATGERIA VECIANA
FREIXNEDA DE CABRA
HACIENDA ZORITA ORGANIC FARM PASTA
HERBACOL
HEREDEROS DE FÉLIX SANZ S.L.
JOSÉ MANUEL ECHEBERRIC
JULIO MANERO BORRAS
LA CLEDA
LA SOBANUCA
LÁCTEAS DE MADRID
LÁCTEOS SIETELOBAS
LÁCTEOS TERRA DE MELIDE
LÀCTICS UBACH

LARRETA
LAS TERCERAS
LOKATE GAZTAK
LOPICOMO S.L.
MADERA LÓPEZ ERNESTO
MARI CARMEN PERNA DE MUR
MAS ALBA S.L.
MONCEDILLO
MURGÓ FORMATGES
PAGO DE LA JARABA S.L.
PAGO LOS VIVALES
PALVIDAQUES S.L.
PRODUCTES EL CANADELL S.L.
QUEIXERIA BARRAL SLU
QUEIXERIA BREXEO
QUEIXERIA CATADOIRO
QUEIXOS CASTELHO DE BRAÑAS S.L.
QUESERA DEL CARES S.L.
QUESERÍA ÁNGEL DÍAZ HERRERO
QUESERÍA ARTESANAL ABREDO
QUESERÍA ARTESANA EL BARDAL S.C.
QUESERÍA ARTESANAL CELESTINO ARRIBAS
QUESERÍA ARTESANAL EL CABECICO S.L.
QUESERÍA ARTESANAL HERMANOS PARAMIO
QUESERÍA ARTESANAL LA COLLADA
QUESERÍA ARTESANAL LLANOS DE GUADÁLMEZ
QUESERÍA BEDÓN
QUESERÍA CA LLECHI
QUESERÍA DON CRISANTO
QUESERÍA EL CASTÚO S.C.
QUESERÍA EL GAZUL S.L.
QUESERÍA INÉS GRANDA
QUESERÍA MONTE ROBLEDO
QUESERÍA QUEINAGA
QUESERÍA REY SILO
QUESERÍA TITA QUESOS ARTESANOS
QUESERÍA VILLA VIEJA S.L.
QUESO EL ENTREMISO DE EL BONILLO S.L.
QUESO MONTEFRIEÑO S.L.
QUESOS ARTESANOS MONTEALVA S.L.
QUESOS ARTESANOS PAJARETE
QUESOS ARTESANOS REBOLLÍN
QUESOS BENABARRE S.L.
QUESOS DE CATÍ
QUESOS HERNÁNDEZ GARCÍA S.L.
QUESOS DE RADQUERO
QUESOS EL PINSAPO SIERRA DE LAS NIEVES
QUESOS GURIAMEN
QUESOS LA PARDINA S.L.
QUESOS LA PERAL
QUESOS LA RUEDA
QUESOS LAZANA
QUESOS LOMINCHAR S.L.
QUESOS LOS ARCOS
QUESOS REYES SIERRA DE HINOJALES
QUESOS SIERRA DE ALBARRACÍN
RAMÓN LIZEAGA AZKUE
REIXAGÓ
SANT GIL D'ALBIÓ
SARA HERNÁNDEZ IGLESIAS
SOCIEDAD COOPERATIVA AGUILAR NUEVA VISIÓN
SUERTE AMPANERA S.L.
TROS DE SORT
VILLA VILLERA
VIÑEDOS Y BODEGAS PÉREZ ARQUERO

España, el país de los 100 quesos es un espacio de muestra y cata cordinado por Enric Canut



Alimentaria

Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions

La industria alimentaria Halal crece a un ritmo anual del 20% y alcanza los 500.000 millones de euros

Alimentaria visualiza las oportunidades del mercado Halal y del turismo enogastronómico

Alimentaria organizará un supermercado, una jornada técnica y un *showcooking* para promover el conocimiento de los productos certificados Halal con el fin de visualizar oportunidades de negocio para la industria de alimentos y bebidas en un mercado con 1.700 millones de consumidores musulmanes en todo el mundo. Otras actividades que destacan en el programa de Alimentaria son los espacios dedicados al turismo enogastronómico, los *foodtrucks* y las últimas tendencias en coctelería y mixología, así como las finales de los Concursos para descubrir al Cocinero y Camarero del Año de nuestro país entre jóvenes promesas de la restauración.

La demanda de comida Halal, que incluye productos y servicios conformes al islam, crece a un ritmo anual del 20%. Ante el potencial de negocio exportador que supone este segmento, Alimentaria pone el foco en este mercado que mueve 500.000 millones de euros al año en todo el mundo. Malasia e Indonesia son los países con mayor tradición en consumir productos halal. Le siguen los países árabes, con el 20% de la población musulmana que ya demanda este tipo de productos y Europa que, con sólo el 2,7% de musulmanes, representa el 10% del total de este mercado, según datos del Instituto Halal.

Para conocer la diversidad de productos Halal que comercializan los expositores de la feria, Alimentaria abre el *Halal Supermarket*. Allí se verán diversas categorías de alimentos y bebidas con certificación Halal: vinos y cavas sin alcohol, carnes y derivados principalmente del pollo, pavo, vacuno y cordero, dulces, bollería y panadería e incluso productos gourmet.

El 27 de abril por la tarde tendrá lugar el *Halal Congress*, donde se presentarán las principales tendencias y cifras de este mercado. Asimismo se conocerán las experiencias de empresas certificadas como Dulcesol Caldos Promolac y Catalana Pallejà que ya venden este tipo de productos en el exterior. Paralelamente se ofrecerá la visión desde países de demanda con expertos de Malasia y Dubai, y se darán recomendaciones para conseguir la certificación Halal como pasaporte para exportar a mercados de mayoría musulmana. Por último, el chef Pedro Corredor, del Hilton Diagonal Mar Barcelona y con amplia experiencia en este tipo de cocina, protagonizará el *Halal Showcooking*, en el que creará un menú exclusivamente con productos Halal aplicados a la gastronomía mediterránea.

Cocinero y camarero del Año

The Alimentaria Experience será el escenario de la gran final del VI Concurso Cocinero del Año (CCA), que reunirá a los ocho chefs que en los últimos meses han superado las cuatro fases preliminares. Esta última ronda se disputará en enfrentamientos uno contra uno y contará con la participación de Juan Manuel Salgado (Rest. Dani García, Marbella), Adrián Bosch (Rest. Tiziano, Tenerife), Raúl Resino (Rest. Raúl Resino, Benicarló), Óscar

Alimentaria Exhibitions
www.alimentaria.com

Habrá un supermercado de productos Halal, conferencias de expertos de Malasia y Dubai y un showcooking

La feria acogerá las finales de los Concursos Cocinero y Camarero del Año

Se verán las últimas tendencias en cócteles y destilados, así como el fenómeno de los foodtrucks

Rodríguez (Hotel Los Jardines del Plaza, Borja), Iñaki Murua (Rest. Venta Moncalvillo, Daroja de Rioja), Lucia Freitas (Rest. Tafona Casa de Xantar, Santiago de Compostela), Rubén Osorio (Rest. Vía Norte, Burgos) y Cristóbal Muñoz (Le Cordon Bleu, Madrid). Los ocho finalistas deberán cocinar frente un grupo de expertos. De este prestigioso certamen surgieron figuras hoy reconocidas como las de Joaquín Baeza o Jordi Cruz, entre otros.

Alimentaria será también, por primera vez, el escenario del concurso El Camarero del Año, que desde 2012 reconoce la labor de los profesionales que hacen de intermediarios entre la cocina y los comensales. Un jurado profesional escogerá al mejor camarero del país a través de pruebas como catas a ciegas de vinos, montaje de mesa, tirajes de cerveza, preparación de cócteles y cafés, elaboración de tapas creativas, etc.

Amalgama de tendencias

The Alimentaria Experience acogerá otras áreas que servirán como escaparate de las últimas tendencias del sector gastronómico como el fenómeno de los Food Trucks. Así, se podrán degustar los productos de las furgonetas Bicodeado, Fileteando, Savia Natural, Vins Padró, Wild Alaska Food Truck y Ceviche 103.

Por otra parte, el espacio Turismo Enogastronómico acogerá destinos gastro que algunos Gobiernos Autonómicos y Diputaciones provinciales están promocionando como atractivo turístico. Estas propuestas maridan tradición culinaria y productos alimentarios con paisaje, cultura e historia. Aquí estará presente la Diputació de Barcelona con su programa de desarrollo económico Parc a taula, para destacar mediante la gastronomía la producción artesanal, la viticultura de calidad y los valores culturales y paisajísticos de sus parques naturales. También participa la Fundación Promoción Turística Ibiza, Burgos ciudad gastronómica por la UNESCO, y Cataluña, Región Europea de la Gastronomía 2016.

Finalmente, el espacio Cocktail & Spirits contará con diversas zonas para conocer los mejores licores y destilados del mercado. Además de la zona de exposición, el visitante encontrará una barra de demostraciones, en el que especialistas en productos como la ginebra, los rones y el whiskey, los maridarán con cafés, chocolates ó zumos.

Entre los expertos que participarán en las actividades de Cocktail & Spirits figuran nombres como Matías Sarli y Mario Ubieto, de 80-20ml, que combinarán los mundos de la coctelería y la pastelería. Iván García (Ice & Craft) mostrará las posibilidades que abre el uso del hielo en los licores. Cerrarán el programa Javier Caballero (Liquid Experience) con una Master Class sobre coctelería evolutiva, y el especialista en botánicos, Pepe Orts, con la presentación 'Nuevos botánicos y cítricos para mixología'.

Barcelona, abril de 2016



Alimentaria

Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions

El salón de Alimentaria invitará a 180 compradores internacionales de vino a Intervin Business Meetings

Intervin señala los nuevos mercados del vino español y visualiza su crecimiento

Intervin, el salón de los vinos y espirituosos de Alimentaria, lanzará en su edición de 2016 el primer Intervin Business Meetings, un programa de compradores exclusivo que atraerá a 180 importadores clave de la industria y la distribución de los cinco continentes para que mantengan encuentros de negocio con los expositores. Con esta iniciativa, el salón responde a las necesidades de un sector vitivinícola que reclama abrir las puertas de nuevos mercados para poder crecer.

Consolidado como piedra angular de Alimentaria, Intervin convoca a miles de profesionales de diferentes países que buscan las últimas novedades del sector y nuevos aliados comerciales. En 2016, el salón ocupará 15.000m² en el Pabellón 3 del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona con 800 empresas representadas. Algunas de las grandes bodegas presentes en el encuentro son Freixenet, Codorniu, Torres, Bodegas Protos, Casa Rojo, Marqués del Atrio, Araex Rioja Alavesa, Herencia Altés, Cavas Parés Baltà, Torelló, Marqués de Riscal, Manzano Wines, Félix Solís, Pago de los Capelanes, Martí Sardà, Bodegas Riojanas y Juvé & Camps.

El sector del vino en España ya está exportando la mitad de su producción y su estrategia de futuro pasa por aumentar el valor de las ventas en el exterior, impulsando los vinos envasados y las marcas. En esta línea, Intervin ha configurado el plan de visitas internacionales más ambicioso de su trayectoria con el primer Intervin Business Meetings. Así, el salón incrementa la invitación de importadores, distribuidores y agentes de todo el mundo.

Este programa de encuentros tiene como objetivo identificar los operadores clave de mercados internacionales estratégicos y fijar reuniones de negocios con los expositores del salón. Así, se espera la asistencia de las principales empresas compradoras de Europa, Canadá, México, Estados Unidos, Colombia, Corea del Sur, China, Japón y países del sureste asiático, entre otros, que acuden a Intervin a descubrir la calidad y enorme diversidad de los vinos y destilados españoles.

El presidente de Intervin y director general del Grupo Codorniu, Javier Pagès, asegura que “el salón es un excepcional vehículo para acceder a mercados internacionales. Todos los compradores que visitan el salón llegan con la idea de descubrir qué ofrece el mercado del vino español, por lo que es una oportunidad única para seguir creando contactos y generando nuevas oportunidades y ventas”.

La participación de comunidades autónomas que presentarán sus productos más emblemáticos volverá a ser relevante en Intervin. Los visitantes podrán ver y probar los vinos más destacados y las últimas novedades de Castilla y León, Cataluña y Galicia, entre otras regiones. Entre los mercados internacionales más representados en el salón estarán primeras potencias del vino como Italia, y países que presentarán sus

Acudirán profesionales de Europa, Canadá, Estados Unidos, Asia y América Latina

800 empresas vitivinícolas y de destilados estarán representadas en Intervin

Participan por primera vez bodegueros ‘vignerons’, que apuestan por producciones mínimas y muy cuidadas

productos más emblemáticos, como México, que acudirá a Intervin con sus primeros productores de Tequila.

Recuperar la demanda interna

Sin embargo, otro de los grandes desafíos para el sector es conseguir recuperar el consumo de vino en España, particularmente entre jóvenes y mujeres, dos segmentos clave a conquistar. A pesar de ser el primer país del mundo en superficie de viñedo y el tercero en producción de vino, España se sitúa en el séptimo lugar en el ranking de consumo mundial con unos 1.000 millones de litros en 2014 y desciende hasta el 33º puesto en consumo per cápita (21,26 litros por persona y año) según recoge el Observatorio del Mercado del Vino (OEMV). En este sentido, Intervin se está promocionando entre los principales responsables de la distribución, comercio especializado y el canal Horeca de nuestro país para conseguir reunir en Barcelona el próximo mes de abril al mayor número de profesionales españoles relacionados con el mundo del vino.

Vinos cuidados al detalle

Entre las novedades de Intervin se encuentra el espacio dedicado a los 'vigneron', o viñadores, agricultores a la vez que pequeños bodegueros que optan por una producción mínima y respetuosa con el entorno para dedicar sus esfuerzos al diseño de vinos únicos, con personalidad y una enorme calidad. Estos productores han provocado una profunda renovación del sector en Francia, con un gran impacto en la champaña y burdeos, y el movimiento está cruzando los Pirineos para imponerse como realidad en España. El colectivo Inkordia Wines & Friends lleva a Alimentaria una treintena de productores que rigen su actividad bajo esta filosofía y que están llamando la atención del sector gracias al aporte de calidad única que ofrece al panorama vinícola española.

Destilando calidad

Asimismo, Intervin contará con una amplia representación de las más prestigiosas marcas de espirituosos nacionales e internacionales. De este modo, estarán presentes las mejores cachazas de Brasil, los grandes tequilas de México y lo último en ginebras, whiskies o vodkas, además de destacadas marcas españolas como Hismuer, Campeny, Unesdi, Bardinnet, Baines o Tello entre muchas otras. El vino y los destilados también serán protagonistas en la segunda edición de *The Alimentaria Experience*, en dos de sus espacios temáticos: Turismo Enogastronómico, para descubrir nuevos productos vinculados al territorio, relacionándolos con atractivos turísticos y *Cocktails & Spirits*, con demostraciones de *bartenders*, degustaciones de cócteles, exhibiciones *flair*, talleres y charlas para dar mayor visibilidad a los productos del sector.

Las últimas tendencias, en Vinorum Think

Para su próxima edición, Alimentaria presenta el primer Vinorum Think, un espacio dedicado a la reflexión, divulgación y tendencias en torno al vino. Con un programa de catas magistrales, mesas redondas y conferencias a cargo de 40 expertos internacionales, el proyecto será el punto de encuentro del salón para analizar y entender el potencial del vino del sector, así como para conocer las tendencias que están marcando el paso.

Barcelona, abril de 2016



Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Se potencia la presencia de operadores internacionales y se consolida la participación de firmas nacionales

Intercarn 2016 crece y multiplica las oportunidades de negocio internacional

Intercarn, el salón de Alimentaria dedicado a los productos cárnicos y sus derivados, aumenta este año el número de empresas representadas. Participan 550 firmas, un 29% más que la edición anterior, para exhibir una completa muestra de la oferta actual y de las últimas tendencias del sector cárnico a compradores de todo el mundo. Interporc, Interovic, Anafric y la Fecic, las grandes asociaciones del sector, también han confirmado su presencia.

Intercarn ocupará más de 12.000m² en los pabellones 4 y 5 del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, atrayendo operadores globales y reflejando la fortaleza del sector cárnico español y su vocación internacional. Asimismo, Intercarn acogerá empresas de Reino Unido, Italia, Holanda, Portugal, Francia, Alemania o Rumanía, entre otros, y facilitará el contacto entre compradores y expositores para generar nuevas oportunidades de negocio.

“Intercarn se propone consolidar y ampliar el camino hacia la internacionalización que impulsamos en pasadas ediciones. Hemos abierto nuevas vías de comercialización en el exterior con el objetivo de reunir la mejor oferta y demanda de la industria y proporcionar las mejores oportunidades de negocio para empresas internacionales y nacionales cuyo papel exportador es cada día más relevante”, explica el presidente del salón y consejero del Grupo Campofrío, Juan José Guibelalde.

Además de su marcado carácter internacional, Intercarn contará con empresas nacionales líderes en el sector, provenientes de las zonas con las mejores carnes del país. Entre las CC.AA. que acudirán se encuentran Asturias, Extremadura, Castilla y León, Galicia y La Rioja.

También participarán grandes fabricantes españoles de categorías como productos ibéricos, carne fresca, embutidos y productos elaborados. Algunas de las firmas nacionales más destacadas son Campofrío, Grupo Vall Companys, El Pozo, Noel Alimentaria, Torres de Núñez, Can Duran, Grupo Jorge, Aurelio Castro, Corporación Alimentaria Guissona, Los Norteños, Industrias Cárnicas Tello, Aljomar, Marcial Castro, Compañía General Carnia, Bernardo Hernández (Beher), Industrias Cárnicas Villar, Grup Baucells, Friselve, Coren, Joaquim Alberti – La Selva, Conservas Huertas-Muñoz, Embutidos Monells, Cárnicas Toni-Josep, Revisan o Alejandro Miguel.

Un sector exportador y al alza

La industria cárnica española es hoy la primera en relevancia en el ámbito alimentario, con una cifra de negocio por encima de los 22.000 millones de euros, un 21% del total del sector alimentario español, y con más de 80.000 trabajadores. En 2015, la industria confirmó su tendencia al alza y alcanzó las 4,7 millones de toneladas de producción, un 7,7% superior al registro logrado en 2014.

El sector de la carne en España está experimentando un gran crecimiento en las exportaciones, llegando a unas ventas en el exterior por valor de 4.467 millones de euros en 2015.

Barcelona, abril de 2016



Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



La feria reestructura su oferta para generar sinergias entre empresas con productos complementarios

Alimentaria concentra la oferta multiproducto en el nuevo salón *Multiple Foods*

Alimentaria reestructura su oferta con el lanzamiento del nuevo salón *Multiple Foods*, donde agrupará productos con un posicionamiento similar en el mercado para generar nuevas sinergias entre compañías complementarias. Así, los dulces, las conservas, los aceites, los productos asociados a la dieta mediterránea, los ecológicos, los alimentos *Premium* y la alimentación especial serán los protagonistas, además de las participaciones agrupadas internacionales y autonómicas. *Multiple Foods* será un escaparate en el que descubrir las últimas tendencias alimentarias y multiplicar la visibilidad de las marcas participantes.

De este modo, Alimentaria flexibiliza su sectorización para que las marcas encuentren una ubicación óptima en función de sus objetivos estratégicos de posicionamiento en el mercado y, sobre todo, más oportunidades de interacción con otras especialidades alimentarias y productos afines. *Multiple Foods* ocupará un espacio de 26.500m² y contará con la participación de unas 2.000 empresas, prácticamente la mitad del total de expositores del encuentro. Entre el listado de compañías participantes en esta nueva área se encuentran primeras marcas como Nestlé, Gallina Blanca, Leche Pascual, Danone, Idilia Foods y Adam Foods, Aneto y Doctor Oetker, entre otras.

El salón se dividirá en diversas zonas temáticas donde se irá distribuyendo la oferta expositora. Así, *Healthy Foods* agrupará los productos orientados a salud y bienestar, alimentos ecológicos, dietéticos, nutrición infantil y deportiva, y alimentación especial, como los alimentos sin gluten y sin lactosa. El espacio contará con la participación de 250 empresas referentes del sector, como Santiveri, Snack Saludable y Xocolates Torras, y de instituciones como el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) a través del Pabellón de Alimentación Ecológica, bajo el que participarán empresas de comunidades como Castilla y León, Valencia y Catalunya.

Expoconser, por su parte, presentará las últimas novedades en alimentos en conserva, ahumados, salados, marinados y pre-cocinados de un centenar de empresas como Calvo, Dani, La Escala o Comercial Rioverde, entre otras, mientras que la zona *Mediterranean Foods* estará reservada a los alimentos propios de la dieta mediterránea, como los aceites de oliva y vegetales. El espacio contará con los principales productores nacionales, como Oloestepa y Coosur, mientras que la representación internacional correrá a cargo de países emergentes en el sector, como Túnez y Egipto.

Multiple Foods conforma junto a *Intervin*, *Intercam*, *Restaurama* e *Interlact* los grandes salones de Alimentaria 2016

Incluirá dulces, snacks, conservas, aceites, dieta mediterránea y productos delicatessen, entre otros

Con 2.000 empresas expositoras, el salón reúne a la mitad de las marcas con stand en Alimentaria 2016

El sector del dulce y de los aperitivos estarán representados ampliamente en el espacio *Snacks, Biscuits & Confectionery*, con unas 90 empresas, entre las que destacan nombres como El Pequeño Molino, King Regal, Vidal Golosinas y Torrons Vicens. Además de las marcas de referencia en el mercado nacional, el área del dulce acogerá la oferta de compañías de países como Emiratos Árabes Unidos, México, Turquía, Grecia, Italia, Dinamarca, Francia, Rumanía y Alemania, a través del organismo German Sweets, que reúne a los principales fabricantes y distribuidores del sector en el país germano.

Las marcas que quieran posicionar sus productos como gourmet o delicatessen encontrarán su lugar en la zona *Fine Foods*. Este nuevo espacio se estrenará en Alimentaria con 150 empresas en exposición reunidas en los pabellones de la Asociación Luxury Spain y del Cluster Excellence de la Federación Española de Industrias de la Alimentación. Marcas como Carne Txogitxu, Benfumat, Yemas de Santa Teresa, Cervezas Villa de Madrid y Querida Carmen mostrarán las últimas novedades en productos como el caviar, ahumados, cervezas artesanas y vinos de elaboración artesanal.

La representación autonómica quedará agrupada en la zona *Lands of Spain*, que reunirá 450 empresas de la práctica totalidad de las comunidades españolas, con participación destacada de Cataluña, Valencia, País Vasco, Castilla León y Castilla La Mancha.

Finalmente, la zona *International Pavilions* será el gran espacio para los expositores internacionales del salón, con 5.000 m² de suelo ocupado y 650 empresas participantes. Entre los países representados en el espacio destacan mercados estratégicos como China, Turquía y el sudeste asiático, así como nuevas participaciones en Alimentaria, como las de Argelia, Marruecos, Holanda e Indonesia, entre otros.

Barcelona, abril de 2016



Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



“España, el país de los 100 quesos” dedicará su undécima edición a los pequeños productores

Interlact reunirá las últimas novedades en productos lácteos de más de 200 empresas

Interlact, el salón de productos lácteos y sus derivados de Alimentaria, reunirá 200 empresas referentes del sector en España, además de representantes de mercados clave como Alemania, Bélgica, Francia o Italia, entre otros. Interlact presentará las últimas novedades de una industria que está ganando peso en el sector agroalimentario gracias a la introducción de la tecnología en las elaboraciones tradicionales y al incremento de las exportaciones.

Según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, los españoles consumen 9,5 millones de toneladas de lácteos al año. La producción interna es insuficiente para abastecer al mercado nacional y las importaciones, en su práctica totalidad de la Unión Europea, son imprescindibles. La eliminación del sistema de cuotas lácteas en abril de 2015 abre nuevas oportunidades para el sector a la hora de cubrir este déficit de consumo y de aprovechar el potencial de crecimiento en el segmento de quesos y derivados, incrementando las exportaciones.

“Las industrias lácteas tienen ante sí un reto estratégico importante. Comienza una nueva etapa tras el fin el pasado año de los continuos cambios en el marco regulatorio del sector lácteo que se vienen produciendo desde 2003”, explica el presidente de Interlact y presidente de honor de Danone, Javier Robles. Para Robles, “Interlact se constituye como escaparate del esfuerzo innovador en la diversificación de productos y como foro de encuentro impulsor del crecimiento en nuevos mercados”

Empresas como Corporación Alimentaria Peñasanta, Teodoro García, La Fageda, Quesos Vega Sotuélamos, Quesos La Vasco Navarra, Hijos de Salvador Rodríguez, Manso, García Baquero, DOP Alt Urgell i Cerdanya, Gregorio Díaz Miguel y El Pastoret de La Segarra, entre otras, estarán presentes en Interlact. En cuanto a la representación internacional, el salón contará con marcas de renombre como Ciresa (Italia), Tippagral (Francia), Fromi (Francia), Ammerland (Alemania), Vlam (Bélgica) y AB Tehnologies (Francia), además de contar por primera vez con la presencia de Argelia, con la empresa Sarl Mateg.

Asimismo, el salón también incluye la presencia de los mejores lácteos elaborados en CC.AA. como Castilla y León, Valencia, Galicia, Extremadura, Menorca, Catalunya, Navarra y La Rioja.

“Interlact quiere reforzar su posición de plataforma comercial de referencia para las empresas productoras de lácteos y también como generador de riqueza tanto económica –por su aportación cercana al 1% del PIB español–, como nutricional, contribuyendo a una sociedad sana a través de unos productos indispensables en una dieta rica y saludable”, asegura Robles.

Barcelona, abril de 2016



Alimentaria

Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions

El sector de la hostelería y restauración espera crecer un 3,5% este año

Restaurama reúne la oferta más internacional para la alimentación fuera del hogar

Restaurama, el salón de Alimentaria dedicado a la restauración y la alimentación fuera del hogar, suma a su oferta nuevos sectores como las bebidas refrescantes, agua y cerveza, además de congelados, con el fin de multiplicar las oportunidades de negocio y las sinergias dentro del canal Horeca (hostelería, restauración y catering) y colectividades. Participan 450 marcas que mostrarán alimentos y soluciones culinarias de la industria del *foodservice* y equipamiento, así como las últimas tendencias relacionadas con la innovación, el entorno digital, el acceso a nuevos mercados y la mejora de productividad en el mundo de la restauración.

Restaurama es uno de grandes salones de Alimentaria, junto a Interven e Intercarn. Estarán representadas 450 empresas expositoras y ocupará 10.500 m² en el pabellón 6 del recinto de Gran Via de Fira de Barcelona. En esta edición, ha aumentado presencia internacional, sumando empresas de Portugal, Alemania, Francia, Turquía y Japón, lo que convierte a Restaurama en el salón más internacional de Alimentaria y punto de encuentro con los profesionales de la hostelería, restauración, colectividades, catering, retail especializado y negocios de distribución de *foodservice*.

Entre las marcas participantes figuran: Unilever, Coca-Cola, Electrolux, Fontvella – Lanjarón, Campofrío, Damm, Makro, Gedesco – Maheso, Cacaolat, Araven, Manitowoc, Euralis, Vac BCN, Frigoríficos Ferrer, Sandro Desii, Mammafiore, Ilpra, Petit Forestier, Comercial CBG, Danmix, Frutapac, Gresilva, Rougie, Pastelería e Confeitaría Rolo, Sosa Ingredients, Panidor, Jospser, Florette, Arcos, Negrini y Saigo.

Restaurama también dedica un lugar destacado a la panadería, la pastelería y la cafetería, conceptos que han experimentado un importante crecimiento en el ámbito de la restauración en los últimos años. Marcas como Illy Cafe, Ingapan, Cafés Saula, Atrian Bakers, Cafés Novell, Delifrance o Cafés Pont estarán presentes en el salón. Asimismo, junto a Restaurama estará la zona Alimentaria FoodTech en la que exponen empresas con un perfil tecnalimentario como Abelló Linde, Ulma Packaging, Danmix, Multivac, Portes Bisbal, Ilpra o Epson, entre otras.

Recuperación de la demanda

“Las últimas estadísticas demuestran que el consumidor está volviendo a los restaurantes, después de algunos años en que optaba por comer en casa. Y esto no se está dando sólo por la inercia de la recuperación económica, sino también por el esfuerzo que está haciendo el sector por renovarse”, asegura el presidente de Restaurama y máximo responsable de Serunion Elior, Antonio Llorens. En este sentido, el salón de la alimentación fuera del hogar de Alimentaria ofrece a los profesionales del sector la oportunidad de actualizarse y adaptar sus conceptos de negocio a los gustos y demandas de los consumidores. Para el año 2016, desde la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) pronostican un crecimiento de la

Estarán representadas 450 marcas de la industria del foodservice y equipamiento, bebidas y congelados

Aumenta la presencia de expositores extranjeros

Restaurama lleva asociado el gran espacio gastronómico The Alimentaria Experience

facturación del sector cercano al 3,5% confirmando la recuperación del sector que se apreció ya el año pasado.

Además de atraer a profesionales de la hostelería y restauración de toda España interesados en descubrir nuevos productos y proveedores para sus negocios, Alimentaria invitará a importadores y distribuidores del canal horeca de diferentes países para que puedan mantener entrevistas con las empresas de foodservice, bebidas, congelados y equipamiento. Con este enfoque internacional, Restaurama abre también interesantes oportunidades de negocio y de exportación a las marcas participantes.

Poner en valor la gastronomía

Restaurama lleva asociado el gran espacio gastronómico *The Alimentaria Experience* en el que participarán 40 chefs, entre figuras consagradas y nuevas promesas de la alta cocina (*ver nota de prensa específica*). Entre los nombres confirmados figuran Joan Roca, Mario Sandoval, Ángel León, Ana Merino, Beatriz Sotelo o Yolanda León. Allí tendrán lugar talleres magistrales, *showcookings*, presentaciones, conferencias y las finales de los Concursos Cocinero y Camarero del Año.

“La gastronomía y la restauración son grandes aliados para promocionar tanto en el mercado nacional como en el exterior la calidad, variedad y riqueza de los alimentos y bebidas que produce la industria”, señala Llorens quien resalta la contribución de *The Alimentaria Experience* en la proyección y visibilidad de esas sinergias para el crecimiento de ambos sectores.

Asimismo, como novedad se estrenan nuevos espacios pensados para dar cabida a las últimas tendencias vinculadas a la gastronomía. Habrá un área de turismo enogastronómico con propuestas como Parc a taula de la Diputació de Barcelona, la Fundación Promoción Turística Ibiza, Burgos ciudad gastronómica por la UNESCO, y Cataluña, Región Europea de la Gastronomía 2016. También podrá degustarse el fenómeno de los Food Trucks o comida sobre ruedas y apreciar las últimas novedades en cócteles y destilados. En ese sentido, el espacio Cocktail & Spirits contará con una barra de demostraciones, en el que especialistas en productos como la ginebra, los ron y el whiskey maridarán estos productos con cafés, chocolates, zumos, etc.

En España existen cerca de 300.000 establecimientos hosteleros. Los bares suponen el 65,5% del total con 189.648 locales. Los restaurantes y cafeterías, un 24,5%, y alcanzan 71.077 establecimientos. El grupo de comedores colectivos y de comidas preparadas es el que más ha crecido en España en los últimos años. En 2014 el número de establecimientos aumentó un 2,4% hasta 13.993. El número de hoteles es de 14.858, según datos de la Federación Española de Hostelería y Restauración.

Barcelona, abril de 2016



Alimentaria 2016
25-28 de Abril de 2016



El salón amplía sus acciones de responsabilidad social corporativa

Alimentaria dona los excedentes de producto y comida a Banc dels Aliments y Nutrición sin Fronteras

Alimentaria y la Fundació Banc dels Aliments renuevan su acuerdo para lograr que los alimentos y bebidas expuestos en la feria no se desperdicien. Desde 2008, esta entidad redistribuye entre personas desfavorecidas los productos procedentes de los stands de los expositores. Asimismo, los bares y restaurantes del recinto de Gran Via donarán diariamente los alimentos cocinados que no se consuman a comedores sociales a través de la ONG Nutrición sin fronteras.

Alimentaria cede un almacén y un stand a la Fundació Banc dels Aliments para que pueda difundir su labor contra el desperdicio alimentario y presentar su programa de aprovisionamiento para gestionar los stocks de alimentos que genera la industria agroalimentaria y que, aunque son consumibles, no se comercializan y pueden repartirse entre personas en riesgo de exclusión social. Además del trabajo informativo, un centenar de voluntarios de la Fundació recopilará en los stands de los expositores que se adhieran a esta iniciativa los excedentes de todo tipo de alimentos, tanto no perecederos como frescos y refrigerados de alto valor nutritivo. Se prevé recuperar, de este modo más de 22 toneladas de productos alimentarios.

Por otro lado, la ONG Nutrición Sin Fronteras recogerá cada día a través de Gastrofira todos los alimentos frescos y platos elaborados que no se consuman en los establecimientos de restauración y catering del recinto Gran Via de Fira de Barcelona. Se espera donar a través de esta entidad más de 80 kilos de comida a comedores sociales de la Ciudad Condal.

Consumo responsable

La Asociación de Empresas del Gran Consumo AECOC también promocionará en Alimentaria el aprovechamiento alimentario y el consumo responsable a través de la campaña “La Alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala”, que secundan más de 250 empresas, administraciones y asociaciones. El proyecto pretende reducir el desperdicio en los diferentes eslabones de la cadena de valor de la industria a través del impulso de estrategias de prevención y prácticas de eficiencia, así como maximizar el uso del excedente generado en la industria con planes de redistribución, reutilización y reciclado.

Las empresas adheridas al proyecto y participantes en Alimentaria ayudarán a la difusión de la campaña luciendo el logo en su stand y promocionando modelos de consumo responsable.

Por su parte, la Cruz Roja estará presente en el salón para dar a conocer la campaña “Alianza Humanitaria para la Alimentación Infantil”, que busca sensibilizar a la sociedad y buscar recursos para garantizar una alimentación saludable a los niños y niñas en situación de exclusión social. Según el estudio “El acceso de la infancia a la alimentación saludable”, del Observatorio de la Vulnerabilidad, un 22% de los menores de las familias atendidas por Cruz Roja en proyectos de pobreza están en situación de inseguridad alimentaria severa.

La organización participará en Alimentaria con un stand informativo desde el que darán a conocer la campaña a los medios de comunicación y buscarán generar sinergias con los participantes, propiciar contactos con las marcas de la industria y ampliar la red de colaboradores empresariales del proyecto.

Barcelona, abril de 2016



Alimentaria

Del 25 al 28 de abril de 2016
www.alimentaria-bcn.com



Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions

Comité Organizador

Alimentaria 2016

Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas

Presidente

Josep Lluís Bonet

Presidente de Freixenet, S.A. y del Consejo de Administración de Fira de Barcelona

Vicepresidentes

Ignacio Ferrero Jordi

Presidente de IDILIA FOODS, S.L.

Jesús Pérez Díaz

Presidente de Global Invest, S.L.

Javier Robles González

Presidente de honor de DANONE, S.A. y presidente del salón INTERLACT

Juan M. Vieites Baptista de Sousa

Presidente de ANFACO / CECOPESCA y presidente de EXPOCONSER

Vocales

José Arcas Romeu

Presidente de INNOVAL

José María Bonmatí Pérez

Director general de AECOC, Asociación multisectorial de fabricantes y distribuidores

Mané Calvo García Benavides

Presidente de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)

Anna Canal Puertas

Project director de Alimentaria

Laurent Dereux

Director general de NESTLÉ ESPAÑA, S.A.

Silvio Elías de Gispert

Director general de ECOVERITAS, S.A. y presidente de HEALTHY FOODS

Fernando Fernández Soriano
General Manager BU Spain GALLINA BLANCA STAR y presidente del salón MULTIPLE FOODS

Mauricio García de Quevedo
Director general de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)

Juan José Guibelalde Iñurritegui
Consejero GRUPO CAMPOFRIO y presidente del salón INTERCARN

Gonzalo Guillén Benjumea
Director general de ACEITES DEL SUR – COOSUR, S.A. y presidente de MEDITERRANEAN FOODS

José Carlos Lacasa Echevarría
Consejero de CHOCOLATES LACASA y presidente de la Comisión de Promoción internacional

Antonio Llorens Tubau
Presidente y director general de SERUNIÓN ELIOR y presidente del salón RESTAURAMA

Inés Menéndez de Luarca Bellido
Directora de la División de Alimentos y Gastronomía de ICEX España Exportación e Inversiones

Javier Pagès Font
Director general de CODORNIU y presidente del salón INTERVIN

Jaime Rodríguez Bertiz
Consejero delegado EUROMADI

Josep Tejedo Fernández
Director general de MERCABARNA

Director

J. Antonio Valls Vidal
Director general de ALIMENTARIA EXHIBITIONS, S.L.U.