

Cambio en la estrategia de internacionalización de la sociedad en Latinoamérica

Alimentaria Exhibitions explorará un nuevo modelo de negocio en México

Tras 20 años de actividad continuada en el mercado mexicano, Alimentaria Exhibitions, la sociedad de Fira de Barcelona que opera el salón Alimentaria, ha decidido pausar temporalmente la celebración de Alimentaria México. La finalización del acuerdo de colaboración con ANTAD (la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales), su socio local y coorganizador del evento, así como un nuevo reposicionamiento en la estrategia de internacionalización del salón líder en alimentación y bebidas son los principales motivos de la finalización del evento bajo el formato de Expo ANTAD & Alimentaria México en el país latinoamericano.

Dos décadas de Alimentaria México que ahora toca a su fin. Alimentaria Exhibitions discontinuará por el momento la celebración de su salón insignia en el país con su socio local ANTAD. La sociedad de Fira de Barcelona que organiza los salones Alimentaria Barcelona, Gastronomic Forum Barcelona, Barcelona Wine Week y Alimentaria FoodTech concluye así una exitosa etapa de dos décadas de celebración de Alimentaria México en la que ha contribuido a impulsar la internacionalización de la industria mexicana de alimentos y bebidas a la vez que ha favorecido la introducción y actividad en México de importantes operadores internacionales del sector.

Para Ricardo Márquez, director de Alimentaria México, “durante todos estos años, Alimentaria México se ha constituido como el foro internacional de referencia en el circuito de ferias del sector agroalimentario en el continente americano. Una cita anual ineludible que ha potenciado las oportunidades de negocios y expansión a nuevos mercados para todos los actores del sector”. El evento ha contado siempre con la asistencia de la práctica totalidad de la distribución del país y de los principales operadores extranjeros de la industria alimentaria y su cadena de valor, así como de los canales HORECA y foodservice.

Alimentaria México alcanzó su máximo nivel de representatividad internacional en la edición de 2019, justo antes de la pandemia, cuando participaron más de 560 expositores de 30 países que se dieron cita con 50.000 visitantes profesionales. La presencia de empresas asiáticas y europeas ha sido predominante durante las últimas ediciones.

Mercado clave

Pese a la discontinuidad del salón mexicano, Latinoamérica continúa siendo una plaza decisiva para la estrategia internacional de Alimentaria, que ha propiciado un marco de relación bilateral entre los países de la región y el propio salón. De hecho, el 25% de los visitantes internacionales que acuden a Barcelona proceden de la zona, por lo que Alimentaria Exhibitions continúa explorando oportunidades de celebración en países del área para el medio plazo.

Asimismo, después de 20 años de experiencia acumulada en el mercado mexicano, éste sigue siendo un enclave importante para Alimentaria, dado su enorme potencial para la industria, la distribución y el retail alimentarios. México es el quinto destino extracomunitario para las exportaciones españolas de alimentación y bebidas y el décimo tercero a nivel mundial, según datos de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB).

Los productos españoles más exportados a México son el vino, las bebidas espirituosas, el aceite de oliva, el jamón, la leche y las salsas.

Por su parte, entre los bienes agroalimentarios mexicanos con mejor acogida en el mercado español destacan la cerveza, el tequila, el mezcal y el aguacate.

Barcelona, Junio de 2022

Susana Santamaria
ssantamaria@alimentaria.com