

## Alimentaria augura que la marca del fabricante recuperará terreno

El salón cuenta con 4.000 expositores y prevé 140.000 visitas

AGENCIAS *Barcelona*

El vicepresidente de Alimentaria, Jorge Jordana, aseguró ayer que tras la crisis "la marca de fabricante volverá a recuperar su protagonismo". De esta forma, el también secretario general de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas avanzó una de las conclusiones del estudio de la consultora Synovate, que se presentará en el salón Alimentaria.

Jorge Jordana argumentó que "una de las cuestiones que ha acarreado la crisis ha

sido el crecimiento inesperado de las enseñas del distribuidor". Frente a esta situación, Jordana indicó que "la marca del fabricante aporta a la sociedad otras ventajas, como la innovación y, sobre todo, el progreso en el lanzamiento de productos más adecuados a las necesidades crecientes del consumidor". Precisamente, la crisis ha reducido un 20% el tamaño del Salón Alimentaria, que se inauguró ayer, celebrándose durante esta semana en el recinto ferial de Gran Vía de L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona).

Con todo, la organización del certamen espera 140.000 visitantes para los 4.000 empresas expositoras, que ocupan un espacio de 94.500 metros cuadrados. El impacto económico directo en Barcelona y su área metropolitana de influencia se estima que alcanzará los 125 millones de euros.

La actual edición ha apostado por potenciar el nivel de presencia internacional. Así, 1.200 empresas han viajado de 75 países diferentes, estando representados por primera vez Irán, Nicaragua y Venezuela. El Salón también



La Princesa de Asturias conversa con el cocinero Ferran Adrià, durante la inauguración de Alimentaria 2010. EFE

incluye las principales novedades del sector, como un espumoso con polvo de oro, un queso de chocolate, aceitunas conservadas sin líquido, raviolis rellenos de chocolate o un tipo de vermut sin alcohol.

Los príncipes Felipe de Borbón y doña Letizia inauguraron ayer la decimoctava

edición de Alimentaria, que junto a un centenar de personalidades visitaron durante un trayecto de dos horas los espacios de expositores como Nutrexpa, Tarradellas, Gallina Blanca, Aneto, Leche Pascual, Codorníu, Freixenet, Torres, Cobega, Osborne y Casademont.