

Reportaje

Presentación de la feria más importante de Barcelona

# Alimentaria no caduca

**El salón** internacional de la alimentación y bebidas pierde visitantes, metros cuadrados y stands, pero gana internacionalización. La feria dejará entre 120 y 150 millones a la ciudad

JOSEP M. BERENGUERAS  
BARCELONA

El salón internacional de la alimentación y bebidas, Alimentaria, ya calienta fogones. La segunda feria más importante del mundo del sector (solo superada por Anuga, en Colonia), que se celebrará durante la próxima semana en Barcelona, reunirá a 4.000 empresas y 140.000 profesionales, menos que en la anterior edición, en el 2008, pero que serán más internacionales que nunca. Porque ante la difícil situación económica, Alimentaria lo tiene claro: hay que mirar más hacia el exterior y, sobre todo, proteger a las marcas, el «motor de crecimiento e innovación» del sector. «Alimentaria será la fiesta de las marcas», aseguró ayer el presidente de Fira de Barcelona y del salón, Josep Lluís Bonet. «España depende de sus marcas» para salir de la crisis, añadió.

Por primera vez el salón se celebrará íntegramente en el recinto ferial de Gran Via (lo ocupará totalmente), una decisión que fue tomada por el comité organizador no por las menores expectativas (en el 2008 acudieron 158.000 visitantes y 4.900 firmas), sino por la «**coyuntura difícil**» y, en vistas al futuro, haciendo el salón más concentrado y ágil. «Este año ocupamos los **94.500 metros cuadrados de Gran Via, pero ya trabajamos para la edición del 2012, donde sumaremos dos nuevos pabellones, con 40.000 metros más**», aseguró Bonet.

La fórmula de Alimentaria no caduca y, pese a la crisis, la organización ya afirma que esta será una «gran» edición, «**todo un éxito**». «Es un sector privilegiado dentro de la crisis, y reunir a más de 4.000 empresas, con la que está cayendo, es un éxito», explicaba Bonet, quien aseguró incluso que habían «**recomendado**» a las firmas participantes que redujeran los metros cuadrados de los stands. «**Lo importante es que las 8-10 firmas**



ARCHIVO / RICARD CUGAT

## 15 salones

En Alimentaria cohabitan 15 salones distintos, cada uno dedicado a un sector alimentario: productos congelados, lácteos, cárnicos, conservas... El recorte de metros cuadrados afecta a todos los subsalones, pero sobre todo a Restaurama, que pasa de 15.000 metros en el 2008 a 5.000 en la presente edición, e Intervin (de 32.000 metros a 22.000).

►► Asistentes a la edición pasada de Alimentaria en el pabellón del vino.

**principales de casi todos los subsectores estarán presentes en Alimentaria este año»,** señaló el director de la feria, Antonio Valls. Con todo, el salón, que es el más importante de Fira Barcelona, reportará a la ciudad «**entre 120 y 150 millones**», cuando los cálculos del 2008 apuntaban a un retorno de 168 millones.

### Corea, Irán y Suráfrica

El comité organizador trabaja desde hace más de una década en internacionalizar el salón, y este año, pese a las menores previsiones de afluencia, ha conseguido más que nunca su objetivo. Ha aumentado hasta los 2 millones de euros (el 30% más) el presupuesto dedicado a promoción en el exterior, el 30% de las empresas representadas son extranjeras y sus firmas ocuparán 14.000 metros cuadrados. Países como Corea, Singapur, Irán, Suráfrica, Nicaragua o Venezuela participarán en Alimen-

taria por primera vez, mientras que se consolida la visita de otros estados como China, Tailandia e India. «**Para las pymes del país, Alimentaria es casi la única oportunidad de hacer negocio internacional**», aseguró Bonet, quien destacó que se celebrarán más de 8.500 reuniones de trabajo, frente a las 7.500 del 2008.

Además de la proyección exterior, los otros dos ejes del certamen serán las marcas (se presentará un estudio que, según avanzaron ayer, asegura que estas recuperarán peso después de la crisis) y la innovación —uno de los puntos más visitados de la feria es Innoval, el área de innovación de Alimentaria—. El salón volverá a contar con el Foro Internacional de la Alimentación, que tratará en el rol del fabricante como gestor de marca, mientras que el Congreso Internacional de la Dieta Mediterránea reunirá a más de 200 especialistas entre científicos, empresarios y gastrónomos. ■