

El número de asistentes aumenta un 6% mientras que la cifra de países visitantes se duplica

## España, protagonista en la edición más internacional de Alimentaria México

La última edición de Alimentaria México registró un crecimiento del 6% en número de visitantes tras recibir una asistencia total de 10.339 profesionales. Compradores procedentes de 28 países de América, Asia y Europa acudieron a este evento, duplicándose así el número de naciones asistentes a la feria. Asimismo, cabe destacar el éxito de los Encuentros de Negocio AI-Invest Alimentaria 2006 que contaron con la presencia de 22 empresas europeas y 106 latinoamericanas y generaron un volumen de negocio cercano a los 600 mil euros.

Estas son sólo algunas de las cifras que avalan el éxito de la sexta edición de Alimentaria México, una muestra en la que España figuró como la participación internacional más fuerte del salón. Un total de ochenta empresas españolas presentaron una selección de los productos más representativos y reconocidos del país. Una amplia gama de vinos, cavas, licores, jamones, quesos, patés, aceites, vinagres, dulces o conservas demostraron por qué la industria agroalimentaria española ocupa hoy una de las primeras posiciones por ventas tanto en Europa como a nivel mundial.

Además, de la presencia española, Alimentaria México congregó una amplia oferta de la industria agroalimentaria al reunir un total de 400 expositores de 27 países procedentes de 4 continentes. Algunas de las presencias internacionales más destacadas fueron Gran Bretaña, India, Francia, Tailandia, Uruguay, Costa Rica, Dinamarca, El Salvador, Alemania, Argentina o Australia. Brasil, Canadá, Chile, China, Holanda, Italia, Nueva Zelanda, Polonia, Portugal, Bélgica, Corea, Ecuador, Estados Unidos y Vietnam completaron la lista de participantes.

En cuanto al número de visitantes, Estados Unidos, Colombia, Argentina y Guatemala fueron los países que, junto a España, tuvieron mayor representación entre el público de Alimentaria México 2006.

Según **Victor Pascual**, director del Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas, todos estos datos dejan patente que **"Alimentaria México 2006 ha ofrecido excelentes resultados tanto en el crecimiento de visitantes profesionales, compradores internacionales, número de países participantes y número de empresas mexicanas que participaron por primera vez"**.

Asimismo, otro de los grandes logros de Alimentaria México 2006 fue la inauguración de un nuevo pabellón. Con la finalidad de innovar y ofrecer valor agregado, la organización del salón presentó como primicia de esta edición el **Pabellón Alimentaria Equipo**. Este salón nace con el objetivo de satisfacer la demanda por parte de profesionales del food service y restaurantes para poder encontrar equipos, accesorios y servicios para sus negocios.

### **Vinos y nuevos lanzamientos**

Entre todos los productos españoles presentados en esta feria, especialmente relevante resultó la presencia de los caldos nacionales. Un extenso **programa de catas**, dieron fe de la variedad y calidad de los vinos españoles entre los pasados días 6 y 8 de junio en Ciudad de México. "Vinos Españoles", "Ribera del Duero", "Vinos de La Rioja" o "Las Denominaciones de Origen de España" fueron los nombres de algunas de las sesiones protagonizadas por la producción española y que registraron un lleno absoluto.

Por otra parte, cabe destacar el éxito que España obtuvo en el **Certamen Innoval**, unos premios destinados a reconocer el esfuerzo en la concepción, desarrollo y lanzamiento de nuevos productos al mercado. En este contexto, la empresa Cofrusa obtuvo el tercer puesto Innoval gracias a sus frutas envasadas en jugo y listas para tomar.

### **Satisfacción entre visitantes y expositores**

El 98% de los visitantes de Alimentaria México afirmaron su voluntad de volver a participar en la próxima edición de la feria. Por su parte, el 92% de los expositores encuestados aseguraron haber cumplido sus objetivos comerciales mientras que el 88% de los mismos consideró la posibilidad de exponer en la edición 2007.

En cuanto al perfil de los visitantes, cabe destacar que el 33% procedieron de la distribución y comercialización de alimentos y bebidas mientras que un 34% pertenecía al sector de la preparación. Por su parte, los fabricantes de alimentos y proveedores de equipos y servicios para restaurantes aumentaron en un 5% su participación, representando un 23% de los visitantes totales.

### **Otras Actividades paralelas**

Cabe destacar la calidad, experiencia e innovación con la que fue reconocida la II edición del **Congreso Tendencias Alimentarias**. Numerosas personalidades vinculadas al universo de la gastronomía se reunieron en un congreso en el que destacaron la cocina con ingredientes trasgresores como las flores o los insectos y la presencia de Humberto Sato, creador del concepto Nikkei -fusión de la comida japonesa y latina-. Según una encuesta realizada a los asistentes, el Congreso Tendencias Alimentarias obtuvo la calificación de "Productivo, Novedoso y Excelente".

Igualmente exitosa fue la celebración del **Encuentro de Negocios Al Invest Alimentaria 2006**, organizado por el Eurocentro Bancomext. Más de 100 empresas procedentes de Alemania, España, Francia, Holanda, Italia, Reino Unido, Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador, México, Perú y Nicaragua participaron en este evento.

Otra de las actividades que permitió dar fe de la dimensión internacional de la feria estuvo constituida por un extenso programa de **Catas de Vinos**. Además de las jornadas dedicadas a los vinos españoles, las charlas sobre variedades del "Nuevo Mundo" o las catas y clases magistrales sobre caldos franceses o vinos italianos proporcionaron todas las bases necesarias para entender la globalidad del universo vitivinícola. Por supuesto no podía faltar una jornada dedicada en exclusiva a la **Cata de Bebidas Mexicanas** con el tequila y el mezcal como protagonistas.

En el marco de Alimentaria México 2006 también se llevó a cabo la final del **Concurso Nacional de Sommeliers**. El vencedor fue Gerardo Téllez Zamorano, quien representará a México en el Concurso Mundial de Sommeliers que se celebrará el próximo año en Barcelona.

Por otra parte, los **Seminarios de Nutrición** se encargaron de presentar los temas más destacados vinculados al universo de la práctica alimenticia y de los nuevos modelos nutricionales. Mientras, el **Pabellón Innoval** volvió a presentar los productos más novedosos lanzados al mercado en el último año.

Además de contener actos divulgativos de interés general, el programa de Alimentaria México 2006 también apostó por reunir a los asistentes a la feria en torno a temas especializados en sectores concretos. Así, por ejemplo, "El Jamón Ibérico de Jabugo y su Corte", "¿Exportando a los EEUU" o "El papel del huevo y pollo en la alimentación de la población" fueron algunas de las presentaciones comerciales que se realizaron en el marco de la última edición del salón.

### **Acerca de la organización**

Alimentaria México es una feria organizada por Alimentaria Exhibitions y E. J. Krause. **Alimentaria Exhibitions**, *joint venture* entre Reed Exhibitions Iberia y Fira Barcelona, organiza y gestiona ferias de alimentación (producto y tecnología) en todo el mundo. Sus principales cabeceras feriales son Alimentaria y BTA (Barcelona Tecnoalimentaria), en Barcelona; Alimentaria Lisboa, en Portugal; Alimentaria México, en México DF; y el último lanzamiento (noviembre, 2005), Barcelona Degusta, dirigido al consumidor final.

Alimentaria Exhibitions se coloca en posiciones de liderazgo ferial del sector alimentario en los países donde opera (España, Portugal y México), gestionando más de 200.000 m<sup>2</sup> netos de exposición, con un volumen de 6.000 expositores internacionales de la industria, el comercio, los equipamiento y las tecnologías alimentarias, que movilizan alrededor de 200.000 profesionales de los sectores referidos, alcanzando un volumen de facturación de 40 millones de euros.

Por su parte, **E. J. Krause México** es una compañía que desarrolla foros internacionales de negocios en México y que produce los más importantes eventos anuales de los sectores telecomunicación, tecnología, manufactura, medio ambiente, energía, alimentos y bebidas y construcción con concreto. E.J. Krause México forma parte de la red mundial de E.J. Krause & Associates, Inc., una de las compañías privadas administradoras de exhibiciones comerciales más grande de los Estados Unidos. Con un total de 12 oficinas internacionales, EJK produce anualmente eventos líderes a nivel internacional, en distintos sectores, en los Estados Unidos, Asia, América Latina y Europa.