



Barcelona vuelve a ser la capital mundial de la alimentación entre el 10 y el 14 de marzo

Alimentaria 2008 adelanta el futuro del consumo y la distribución

La sociedad española cambia y con ella los hábitos de consumo. Cada vez son más los aspectos que inciden en las formas de alimentación y que exigen cambios importantes por parte de la industria y la distribución.

¿Cómo será la tienda del futuro? ¿Cómo se comportará el comprador en los próximos años? ¿Cuáles son las expectativas que tiene el consumidor? ¿Dónde acudirá el consumidor para hacer una compra de carga de nevera, de reposición, de imprevisto, de necesidad o de productos frescos? ¿Por qué escogerá un formato u otro? ¿Qué rol jugarán las compras por impulso o de previsión? En definitiva, ¿cómo serán los patrones dominantes de compra entre los targets emergentes de consumidores?

A todas estas preguntas intenta responder

un estudio de tendencias sobre las demandas del comprador del futuro, elaborado para el Foro Internacional de la Alimentación, que se celebra en Barcelona, en el marco de Alimentaria 2008.

Este estudio, que ha sido encargado por Alimentaria a TNS, pretende desarrollar una completa radiografía sobre el consumidor actual y dibujar con la máxima precisión las demandas del comprador del futuro en un plazo cercano: conocer sus hábitos de compra, sus motivos de elección del establecimiento y su comportamiento ante el lineal.

Desde 1996, el Foro Internacional de la Alimentación ha ido mostrando a los profesionales del sector los resultados de importantes trabajos de investigación vinculados a la alimentación. El Foro es el espacio de

encuentro, reflexión y debate sobre los nuevos retos de la industria, la distribución y el comercio agroalimentario y los cambios que la sociedad genera en la distribución y el consumo.

En los años que lleva trabajando el Foro ha dedicado todos sus esfuerzos a averiguar los aspectos más relacionados con los hábitos de consumo, los nuevos targets emergentes, los estilos de vida, la comunicación con el consumidor, etc.

Para la edición del Foro de este año, Alimentaria ha centrado su atención en el comportamiento del consumidor. El objetivo es definir su relación con el centro de compra, su modo de actuar ante el lineal, las razones por las que elige un tipo de establecimiento u otro, los motivos que influyen en la decisión durante el acto de la compra, etc.



El estudio recoge también información sobre los motivos de elección del establecimiento en la actualidad, los formatos de éxito en el extranjero, la renta disponible de consumo para los hogares, los targets emergentes, los roles de compra, el factor tecnológico, etc., como punto de partida para desarrollar el proyecto.

Para realizar este estudio y extraer sus conclusiones, TNS se ha basado en técnicas de análisis cualitativas como los *focus group* y *accompanied shopping* a una selección de *future shapers* (nuevos consumidores de vanguardia).

Desvelar estas claves es un trabajo esencial para el éxito futuro de las empresas de la industria, la distribución y el comercio alimentario y gastronómico que, al final del proceso, han de encontrar su salida en los lineales de los supermercados, los híper o las tiendas para llegar al consumidor.

Sin duda, el conocimiento de las prácticas alimentarias que se extraigan de este estudio, será útil para ayudar a la industria alimentaria a crear sus productos, promocionarlos y para establecer un canal de comunicación con los consumidores. Asimismo, también servirá para que especialistas y técnicos responsables de las políticas nutricionales y de la salud pública orienten sus decisiones.

Por ello, todas las propuestas que salgan de las conclusiones de este estudio de tendencias sobre las demandas del comprador del futuro tendrán su aplicación en Innoval-Tienda Futura, un proyecto que cuenta con la colaboración de AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial).

En este sentido, en Innoval 2008 la innovación no atañe sólo al producto, sino a todos los aspectos del punto de venta, desde la logística a la atmósfera lumínico acústica. El visitante podrá adentrarse en un salón donde la innovación cobra vida propia y se presenta desde todas las ópticas posibles.

11-15 DE JUNIO 08

SALÓN DE ALIMENTACIÓN DEL ATLÁNTICO



*El negocio
está servido*



www.feiragalicia.com



FEIRA INTERNACIONAL DE GALICIA
E-36540 SILLEDA • Pontevedra • Tel. 986 577000
salimat@feiragalicia.com



Innoval-Tienda Futura

Nacido como un ambicioso proyecto hace casi una década, Innoval es hoy un referente indiscutible en I+D+i para la industria agroalimentaria. Además de dar a conocer los productos más vanguardistas de los últimos dos años, Innoval 2008 avanzará algunos de los cambios que tendría que llevar a cabo el *retail* para adaptarse a las necesidades del nuevo comprador.

La sexta edición de Innoval exhibe, en un total de 2.000 metros cuadrados, cientos de novedosos productos, organizados bajo los criterios de la comodidad, la salud, el placer y la conveniencia.

En este sentido, Innoval es un escape rate excepcional que refleja el dinamismo de la industria alimentaria y su esfuerzo inversor por el progreso y la investigación.

A través de este espacio, Alimentaria actúa como verdadera área de apoyo a las marcas, como un referente de calidad y seguridad, que concentra la elite y el prestigio de la producción agroalimentaria.

Otra novedad de Innoval 2008 es el cambio de emplazamiento: el salón se traslada desde el Pabellón z.6 de Montjuic hasta el Pabellón 5 del mismo recinto.

Continuando con la tradición, este año también se conceden los Premios Innoval a los lanzamientos de productos agroalimentarios más novedosos e impactantes. Estos galardones están divididos en doce categorías.

Por su parte, la Tienda Futura de Innoval es el nombre que recibe la recreación "teatralizada" de un novedoso punto de venta, proyecto por el que la dirección de Alimentaria 2008 ha apostado con fuerza conscientes de que las nuevas tecnologías revolucionarán los hábitos de compra (carritos y etiquetas inteligentes, identificación de productos por radiofrecuencia y toda clase de técnicas comerciales de última generación, etc.) para ofrecer al comprador soluciones globales al tiempo que buscan propiciar una experiencia de compra gratificante.

Así, la Tienda Futura de Innoval mantiene como leitmotiv que la tienda del mañana debe ser un centro multiservicio en el que la compra rápida no sea el único objetivo. Por este motivo, se habilitarán espacios mediante los cuales el comprador pue-



da disfrutar de la cata de un vino antes de comprarlo, de las lecturas de la trazabilidad de diversos productos, de puntos de accesibilidad y sostenibilidad y de demostraciones culinarias en vivo que incrementarán la percepción de confianza de los alimentos preparados de IV y V gama.

En suma, Innoval 2008 propone a la distribución una puesta en escena de aquellos puntos de venta que facilitan la compra y la hacen más atractiva y placentera a ojos del consumidor, al tiempo que propician soluciones de ahorro energético, de gestión y de logística al propio distribuidor.



SERPESKA®
GRUPO MOZOS

Selección Natural



EN 24 HORAS
DEL MAR A SU MESA

Barcelona, capital mundial de la alimentación

Alimentaria 2008 vuelve a convertir a Barcelona en la capital mundial de la alimentación, entre los días 10 y 14 de marzo,

En esta XVII edición, Alimentaria se desarrollará en los dos recintos de Fira de Barcelona: Montjuic y Gran Vía.

Según previsiones de la organización de Alimentaria, unos 155.000 visitantes y 5.000 expositores ocuparán cerca de 130.000 m² de exposición y actividades paralelas.

Desde hace años, Alimentaria constituye un verdadero centro internacional de negocios. Según los organizadores de esta feria, más del 20% de los visitantes llegarán del extranjero y aproximadamente el 30% de las empresas expositoras procederán de fuera de España.

En total, unos 17.000 m² de los más de 130.000 m² que ocuparán la superficie fe-



rial neta de Alimentaria 2008 estarán reservados a expositores extranjeros, procedentes de 70 países y llegados desde los cinco continentes.

Junto a la internacionalización, la organización del salón trabaja especialmente

para potenciar otros valores estratégicos Alimentaria: la innovación, la profesionalización y la sectorización. Estos son los cuatro pilares fundamentales de esta feria y en ellos radica el éxito del modelo que desarrolla.



DETRÁS DE
UNA MANZANA
VAL VENOSTA
SE ENCUENTRA
EL TRABAJO
DE ESTA
MARIQUITA.

EL SÍMBOLO DE LA CULTIVACIÓN INTEGRADA ES NUESTRO DISTINTIVO DE CALIDAD.

Manzanos cultivados por 2.000 pequeños productores con sistemas naturales, integrados por tecnologías innovadoras y respetuosas de la salud y el medio ambiente. Un territorio privilegiado de una naturaleza intacta y con un microclima ideal con mucho sol, poca lluvia y temperaturas ideales que hacen más lenta la maduración logrando manzanas más crujientes. Una profunda relación entre la calidad de la manzana y su tierra de origen, ahora certificada por la denominación Manzana Alto Adige IGP, que va a sumarse a las prestigiosas certificaciones EurepGAP, IFS e ISO 9001:2000. Resultado: un producto excelente de incomparable imagen. En suma: Manzana Val Venosta gustará y venderá más que nunca.





Disfruta



BOCADOS DE VIDA

La carne de Ternera Gallega te aporta, bocado a bocado, los nutrientes necesarios para una alimentación sana y equilibrada.

Disfruta de una carne única,
controlada desde el origen hasta que llega a tu mesa.

Ternera Gallega



XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DO MEDIO RURAL



FEADER



Yo  Quiero

www.terneragallega.com

El modelo Alimentaria. Las claves del éxito

Desde sus inicios hace más de 30 años, Alimentaria ha conjugado la voluntad de erigirse en la gran macroferia que es con el firme propósito de responder a todas y cada una de las necesidades del sector. En este sentido, la segmentación y la máxima especialización de su oferta llevan a la práctica un modelo ferial pionero, a la vez que facilitan extraordinariamente la visita y el negocio de los profesionales.

Alimentaria 2008 se compone de los siguientes salones:

- Salón de la alimentación ecológica.
- Congelexpo, salón de los productos congelados.
- Expobebidas, salón de las aguas, bebidas refrescantes, cervezas, mostos y sidra.
- Expoconser, salón de las conservas y semiconservas.
- Intercarn, salón de los productos cárnicos y sus derivados.
- Interlact, salón de los productos lácteos y sus derivados.
- Interpesca, salón de los productos del mar, acuicultura y piscifactoría.
- Intervin, salón de los vinos y espirituosos.
- Mundidulce, salón de la dulcería, galletas y confitería.
- Multiproducto, salón de los productos alimentarios en general.
- Olivaria, salón del aceite de oliva y aceites vegetales.
- Restaurama, salón internacional de la restauración.
- Vegefruit, salón de las frutas, verduras y hortalizas frescas.

Uno de los salones que en esta edición ha crecido en superficie de exposición, número de empresas y nivel de internacionalización es Intercarn. Este año, un total de 430 firmas formarán parte de este salón que es el más internacional de la feria, pues cuenta con más de 1.000 metros cuadrados destinados a la exhibición de productos foráneos, procedentes de países como Italia, Holanda, Francia, Reino Unido, Brasil, Alemania, Portugal, Dinamarca o Irlanda.

Intercarn, junto con el salón Restaurama (salón dedicado al canal Horeca), se han ubicado para esta edición en el recinto ferial de Montjuic de Fira de Barcelona, convirtiéndose así en grandes protagonistas de Alimentaria 2008.

Por su parte, la concentración del resto de salones en el recinto Gran Vía permitirá a los expositores beneficiarse de un sustancial incremento de sinergias entre sectores productivos.

De entre los salones ubicados en el recinto Gran Vía se puede destacar Intervin, porque es también todo un referente no sólo en España, sino también a nivel internacional. Este Salón de los Vinos y Espirituosos contará en esta edición con más de 30.000 m² de exposición y la presencia de más de 1.300 bodegas nacionales e internacionales. Francia, Reino Unido, Rusia, Turquía, Portugal, Chile o Ucrania son sólo algunos de los países que traerán a Intervin sus mejores caldos. Igualmente, bebidas emblemáticas como el tequila mexicano o el ron añejo venezolano encontrarán su lugar dentro del salón.

A los trece salones sectoriales hay que añadir el Pabellón de las Autonomías (que reúne las participaciones de las diferentes comunidades autónomas españolas) y el Pabellón Internacional, donde se concentra la presencia de empresas extranjeras.



Datos básicos sobre Alimentaria

Año	2004	2006	2008
• Superficie neta de exposición	105.815 m ²	115.000 m ²	122.200 m ²
• Superficie destinada a actividades dinámicas y de animación	6.000 m ²	7.000 m ²	9.000 m ²
• Empresas participantes	4.087	4.300	5.000
• Visitantes profesionales	142.513	152.000	155.000*

* Estimaciones de la organización.

Alimentaria 2008. Un salón de salones

Salones Alimentaria 2008	Superficie m ²
Recinto Montjuic	
• Restaurama	15.000
• Intercarn	17.000
Recinto Gran Vía	
• Intervin	32.000
• Olivaria	2.200
• Multiproducto	10.000
• Mundidulce	7.000
• Interlact	6.000
• Expobebidas	5.100
• Vegefruit	1.000
• Pabellón ecológico	1.300
• Expoconser	5.400
• Interpesca	2.400
• Congelexpo	1.900
• Pabellón internacional	9.200
• Pabellón de las autonomías	6.700
• Zonas de animación	9.000
TOTAL	131.200

La oferta lúdico-formativa empapará todos los rincones de Alimentaria. La organización ha programado los más diversos actos de dinamización, investigación e internacionalización a los que se sumarán las actividades ofrecidas por los expositores. Todo ello dará lugar a una impresionante agenda que se renueva edición tras edición para dar respuesta a las necesidades del sector.

El espacio destinado a albergar actividades de animación de los diferentes salones se ha incrementado notablemente para esta edición debido a la incorporación de nuevas iniciativas.

Entre estas novedades destacan la muestra Tapas y Gastronomía y la exposición La España de los Ibéricos. Bajo esta denominación, el visitante del salón Intercarn tendrá la oportunidad de conocer y degustar todas y cada una de las delicias procedentes del cerdo ibérico, raza autóctona española criada de manera extensiva en montana con bellotas y hierbas. Desde el chorizo o el salchichón hasta el morcón, la sobrasada, el lomo, el jamón o la paletilla: todos estarán presentes para rendir tributo a este icono de la gastronomía española.

Alimentaria 2008 consolidará todas aquellas actividades que proporcionan el carácter más creativo al salón y que lo convierten en auténtica plataforma de investigación, desarrollo e innovación.

Propuestas ya emblemáticas de la feria como BCN Vanguardia



(Congreso Internacional de Gastronomía), Vinorum, el Foro Internacional de la Alimentación, el Congreso Internacional de la Dieta Mediterránea, la España de los Aceites, España, el País de los Cien Quesos o las Jornadas Interpesca volverán a situarse en el punto de mira internacional del sector.

Alimentaria Exhibitions, los organizadores de la feria, seguirá apostando por valores como la sectorización, la innovación y la profesionalización. Su dinamismo y su proyección al futuro han situado a esta feria entre las primeras del mundo del sector. La preocupación de Alimentaria por dar siempre su máximo apoyo a la industria y satisfacer sus demandas le ha permitido convertirse en una plataforma de investigación, desarrollo e innovación de reconocimiento internacional.



SCANFISK SEAFOOD, S.L.

Camino Cogullada, s/n (Mercazaragoza)

Calle P, Parcela 29

50014 Zaragoza

Tel. Int. 34 976 47 12 28

Fax 34 976 47 11 26

E-mail: scanfisk@scanfisk.com

SCANFISK SEAFOOD S.L.

Camino Cogullada, s/n (Mercazaragoza)

Micropolígono alimentario, Nave 1

50014 Zaragoza

GRUPO SCANFISK SEAFOOD S.A.

Cmno. Cogullada, s/n (Mercazaragoza)

Pabellón de Pescados, Puestos 9-11

50014 Zaragoza

Fax Int. 34 976 47 27 96

GRUPO SCANFISK CORUÑA S.L.

Muelle del Este. Almacén P-40-41-42

15006 A Coruña

Tels. 34 981 28 22 98 / 34 976 47 24 83

