Intercarn asume el liderazgo de Alimentaria 2020

La industria cárnica española ha reafirmado una vez más su confianza en el liderazgo indiscutible de Intercarn como su principal plataforma de negocios e internacionalización. Así, desde que empezó a comercializarse el pasado mes de marzo, el salón ya ha alcanzado el 70% de su objetivo de venta.

Encabezados por empresas y grupos líderes del sector como Grupo Norteños, Grupo Jorge, Noel Alimentaria, El Pozo, Campofrío, Grupo Costa, Embutidos Monells, Costa Brava Foods, Grup Balcells, Grupo Sada, Joaquim Albertí/La Selva, Corporación Alimentaria Guissona, Companyia General Càrnia, Grupo Vall Companys, Splendid Foods, Industrias Cárnicas Tello, Jamones Aljomar y Grupo Coren, una parte muy significativa de las compañías cárnicas españolas ya han

confirmado su participación en el certamen.

También tendrán una importante presencia la Federación Empresarial de Carnes e Industrias Cárnicas (FECIC), la Asociación Empresarial Cárnica (ANAFRIC) y la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca Español (INTERPORC), las principales asociaciones del sector en el ámbito nacional.

“Intercarn 2020 es una oportunidad única para mostrar al mundo la calidad de nuestros procesos, sistemas y productos”, afirma **Paulo Soares,** presidente de Intercarn y Regional Managing Director Southern Europe en Grupo Campofrío, para quien el salón constituye **“el espacio adecuado para conocer las últimas novedades que lanzamos al mercado y descubrir las tendencias del sector”.**

El salón más extenso de Alimentaria

La positiva acogida comercial de Intercarn ha provocado la necesidad de ampliar su espacio para dar cabida a una oferta creciente, con una previsión de alrededor de 600 empresas expositoras, lo que supone un crecimiento del 20% respecto a la anterior edición. Por este motivo, pasa a ocupar el palacio 3 del recinto Gran Via de Fira de Barcelona, con unos 17.000 m2 de superficie neta expositiva (un 13% más que en Intercarn 2018).

Como sostiene **Paulo Soares,** “este crecimiento en número de expositores y superficie ferial es un fiel reflejo del papel que el sector ocupa en la economía nacional”. Para el presidente de Intercarn, “la industria cárnica debe mantener su apuesta por la innovación para dar respuesta a las nuevas demandas de un consumidor que, a la vez, adopta nuevos hábitos de consumo”.

Por otra parte, **J. Antonio Valls**, director general de Alimentaria Exhibitions, detalla que “al formar parte de un certamen transversal como Alimentaria, **Intercarn es el único salón en Europa que puede ofrecer la mayor oferta sectorial y al mismo tiempo aprovechar el negocio derivado de las sinergias con el resto de salones que conforman la feria,** en especial Restaurama, dedicado al foodservice y la restauración”. De hecho, cerca de 30.000 visitantes de Alimentaria son compradores de productos cárnicos.

Impulso a la internacionalización

El crecimiento y consolidación de Intercarn 2020 en clave internacional ha propiciado que se esté potenciando significativamente la participación de empresas foráneas. En este sentido, se espera volver a contar con pabellones de Alemania y Rumanía, y se está haciendo especial hincapié en atraer la participación de países líderes del sector cárnico de Latinoamérica y EE.UU.

Asimismo, **el programa de fidelización e invitación Hosted Buyers** facilita que compradores internacionales clave visiten Intercarn y participen activamente en los miles de encuentros de

negocios impulsados por el salón. Asimismo, la herramienta de matchmaking que Alimentaria pone a disposición de todos sus expositores les ayuda a agendar sus reuniones con mayor eficiencia. Por otra parte, también tendrán lugar los encuentros con agenda personalizada entre expositores españoles y compradores procedentes de todo el mundo gracias a la colaboración de ICEX, FIAB, MAPA y Alimentaria.

La industria cárnica española se afianza como potencia internacional: según datos del ICEX, en 2018 exportó un total de 2,35 millones de toneladas de carnes y productos cárnicos elaborados por valor de 5.976 millones de euros a mercados de todo el mundo, con una balanza comercial cada vez más positiva (del 528%), repitiendo el crecimiento del 2,5% en volumen, si bien las ventas se estancaron respecto a 2017.

La cadena de valor de la industria cárnica representa a cerca de 3.000 empresas, un negocio que supone el 2.2% del PIB total, siendo la cuarta principal industria del Estado y la primera del sector alimentario español, según los últimos datos publicados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Un comité de altura

El Comité Organizador de Intercarn cuenta con la presidencia de Paulo Soares, Regional Managing Director Southern Europe de Campofrio Food Group, y la vicepresidencia de Anna Bosch, Directora General de Noel Alimentaria SAU, quienes junto a un nutrido grupo de empresarios definen en paralelo las líneas estratégicas de Intercarn.

Recientemente se han renovado dos vocales que representan a importantes asociaciones del sector: Marcel Ruiz, vicepresidente de Anafric y Josep Collado, secretario general de FECIC. Completan el Comité Alfonso Alcázar, director general de Industrias Cárnicas Tello; Bárbara Calvaresi, responsable del Sector Carnes de AECOC; Fernando Calpe, Business Development Manager de Costa Brava Foods; José Luis Fuentes, responsable de Publicidad y Ferias de El Pozo Alimentación; David García-Gassull, gerente de Splendid Foods; Enrique Gil, director de Grupo Vall Companys, Jordi Grasa, director comercial de la Corporación Alimentaria Guissona; Manuel Gómez-Franqueira, presidente de Coren; Ana González, adjunta a Dirección de Grupo Norteños; José Luis Sánchez, adjunto a Dirección de Jamones Aljomar; Anselmo Herranz, Managing Director de Casademont; Consuelo Tonijuán, consejera delegada de Companyia General Càrnia y José Miguel Torrecillas, director de Comunicación de Grupo Jorge.