

J. ANTONI VALLS DIRECTOR GENERAL ADJUNTO DE ALIMENTARIA EXHIBITIONS

“SEAFOOD BARCELONA SERÁ UN EVENTO DIFERENTE Y ÚNICO”

Seafood Barcelona convertirá a esta ciudad en un importante centro internacional de negocios para el sector pesquero. El nuevo salón, que verá la luz entre el 15 y el 17 de octubre en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, se ha hecho realidad gracias al acuerdo entre la compañía Alimentaria Exhibitions y el grupo norteamericano Diversified Business Communications.



PESCA INTERNACIONAL.- ¿Qué ofrece Seafood Barcelona tanto a expositores como a visitantes profesionales?

J. ANTONI VALLS.- La nueva convocatoria les ofrece una plataforma de negocio, relacional y de internacionalización, y se estrena con el objetivo de incrementar el potencial de negocio del mercado pesquero. España es el tercer importador de pescado y el noveno exportador a nivel mundial y lidera las exportaciones de la UE, representando el 17% del total comunitario, unas cifras que constatan la envergadura y el potencial internacional del mercado para el cual nace Seafood Barcelona. Uno de los principales valores de la nueva cabecera ferial es su enfoque estratégico en los

mercados del sur de Europa –con Portugal, Francia, Italia, Grecia y España como principales agentes del mercado- y de la cuenca Mediterránea. Una idiosincrasia que le atorga un carácter diferente e único.

P.I.- ¿Qué sectores estarán representados en esta primera edición? ¿Contará con un alto índice de presencia internacional?

J. A. V.- El alto nivel de pre-

registros recibidos hasta el momento nos confirma que llegarán profesionales de más de 75 países y que más de la mitad serán internacionales. La cita atraerá una amplia diversidad de perfiles representantes de toda la cadena de valor: desde compradores internacionales, supermercados y grandes superficies, importadores y exportadores, mayoristas, distribuidores hasta el canal Horeca. Junto a MERCASA, hemos

realizado una serie de presentaciones en diferentes mercados nacionales como Barcelona, Madrid, Valencia y Granada, entre otros. A nivel exterior, la organización está trabajando en dos programas para atraer a compradores internacionales claves en los mercados estratégicos del sur de Europa y la cuenca Mediterránea. De momento, tenemos confirmada la participación de profesionales con alto poder

de decisión de compra representantes de más de 45 compañías, a través de un programa que reunirá en el salón a responsables de compras de altos volúmenes de pescado y marisco para múltiples establecimientos de venta al por menor y de servicios de alimentación.

P.I.- ¿A un mes de la celebración de este evento como va el nivel de ocupación?

J. A. V.- En esta primera edición partimos con el objetivo de atraer a cerca de 130 expositores, el 40% de los cuales de procedencia internacional. Una proporción que, junto les estimaciones de público internacional que manejamos, corrobora el interés exterior que ha despertado la convocatoria. Además de España, en estos momentos, contamos con más de 27 países confirmados.

P.I.- En apenas dos semanas se celebrarán en Vigo y en Barcelona dos grandes eventos dedicados a productos del mar. ¿Es bueno para el sector que se produzca esta coincidencia de fechas?

J. A. V.- Sin lugar a dudas la envergadura y el peso de la industria pesquera española tiene capacidad para absorber perfectamente diferentes certámenes, cada uno de los cuales con sus características propias. Con toda seguridad habrá coincidencias con otras ferias del sector como en muchos otros campos, pero estoy seguro de que cada uno de los eventos ofrece oportunidades únicas para sus respectivos clientes, con estrategias, posicionamiento y valores diferenciados. Nuestra prioridad, como en todos los salones que organizamos, es ofrecer un evento diferente y único, y que sea el propio cliente quién acabe eligiendo la mejor opción en función de sus intereses y necesidades.

P.I.- ¿Qué es lo que diferen-



En esta primera edición partimos con el objetivo de atraer a 130 expositores de 27 países

SEAFOOD Barcelona será por encima de todo un centro de negocios internacional

cia Seafood Barcelona respecto a otras ferias?

J. A. V.- Desde este otoño Seafood Barcelona representará todos los subsegmentos de la industria de pescados y mariscos de productos frescos, congelados y productos con valor añadido. Nuestra misión es organizar un potente hub económico para el mercado pesquero interna-

cional, proporcionar un poderoso foro de reunión entre compradores, vendedores, y operadores decisivos en el sector, haciendo especial hincapié en la cuenca mediterránea y el sur de Europa. Seafood Barcelona será por encima de todo un centro de negocios internacional y, hoy más que nunca, operar en el mercado exterior garantiza la

viabilidad de futuro para muchas compañías.

P.I.- Seafood Barcelona es fruto de la alianza entre Diversified Business Communications y de Alimentaria Exhibitions. ¿Cómo se fraguó esta cooperación estratégica?

J. A. V.- La celebración de Seafood Barcelona no es fruto de la improvisación. El estreno en nuestro país de un evento de prestigio internacional es el resultado de un trabajo perseverante, que durante los últimos años hemos compartido con Diversified Business Communications, el operador ferial más importante del sector pesquero. Ambas compañías aportan a la organización de Seafood Barcelona un enorme bagaje ferial, expertise de primer nivel, salones de referencia internacional para cada uno de sus respectivos sectores, conocimiento de los principales operadores internacionales y sólidas relaciones con empresas, instituciones y medios de comunicación. En suma, conocimiento, experiencia y contactos de primer nivel que hacen del nuevo certamen un proyecto sólido y de futuro.

P.I.- ¿Cómo ha sido recibida esta convocatoria por el sector?

J. A. V.- Estamos muy contentos tanto por la expectativa que la cita ha despertado entre nuestro target empresarial como por el aval unánime tanto institucional como de las principales asociaciones sectoriales. Todos estos agentes coinciden en valorar en el proyecto como la gran oportunidad de traer la marca Seafood a Barcelona y referenciar la ciudad como epicentro pesquero internacional, en justa correspondencia con el peso de la industria pesquera nacional y su capacidad de proyección exterior. ⚓