

FOOD RETAIL

FOOD SERVICE

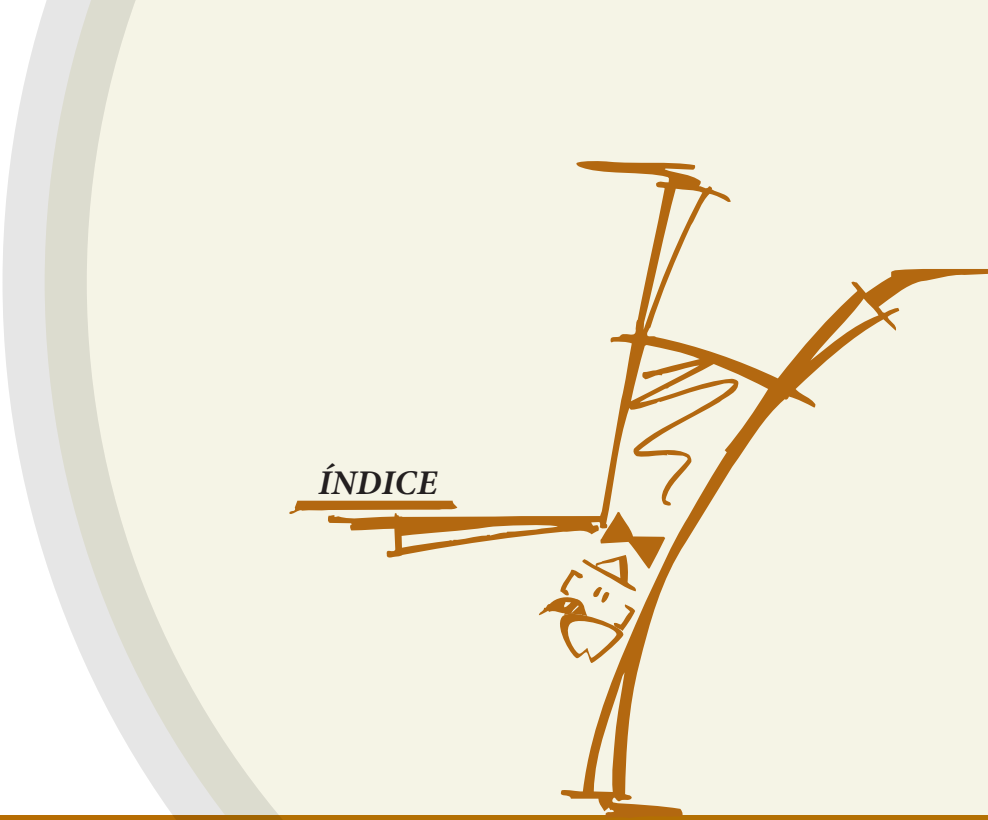
FOODTECH



el
BIG BANG
del ECOSISTEMA
ALIMENTARIO

de la
IDEA *al*
LEGADO

Mario Cañizal



ÍNDICE

- 1- *Presentación*
- 2- *Introducción*
- 3- *Resumen ejecutivo*
 - 3E- *Executive Summary*
- 4- *Antecedentes*
 - 4.1- *Origen y creación del salón de la alimentación*
 - 4.2- *Comité organizador con amplia representación sectorial*
 - 4.3- *Contenido y objetivos de ALIMENTARIA 76*
- 5- *De la idea al legado*
 - 5.1- *Reconstrucción del sector alimentario a nivel asociativo*
 - 5.2- *Renovación y dinamización del comercio y distribución alimentaria*
 - 5.3- *Fortalecimiento de los sectores “aguas arriba”*
 - 5.4- *Potenciación del sector servicios*
 - 5.5- *El efecto catalizador de ALIMENTARIA 76*
 - 5.6- *Plataforma idónea de iniciativas feriales*
 - 5.7- *Internacionalización y fomento de la exportación*
 - 5.8- *Pioneros en la gestión del talento*
 - 5.9- *Relación con el gran público*
 - 5.10- *Del food retail al food service*
- 6- *Epílogo*
- 7- *Galería*
- 8- *El autor y sus publicaciones*

Estos son los y las firmantes de las opiniones



Dr. Fernando Casado



Blanca Lozano



Gabriel Izard, Ph. D.



*Robert Rodergas
i Pagés*



*Francesc Baldrich
Guillén*



Villi Rincón



Jorge Jordana



*Ramón Castelltort
Tarrida*



Mark Granfar



Pere Rafael Sitjar



José Luis Latorre Lama



Joaquim Ros



Joan Turull i Estatuet



Jaime Llordés



*Francisco Javier Antoja
Giralt*



Joan Solé



Ramón Clotet



Enric Canut



Manel Vila del Olmo



Miquel Toronell



Vanessa López Bofill



Miguel A. Torres



*José Capdevila i
Nogué*



*Jaime Martínez
de Ubago*



Tomás Socías



Eduardo Fresco



Miguel Esteve



Enric Riera Valls

A todos ellos y ellas, gracias por haber contribuido a que esta publicación haya visto la luz.

1

Presentación

La feria ALIMENTARIA puede interpretarse, en sus primeras ediciones, como un auténtico Big Bang sistémico del sector alimentario español. En su núcleo inicial confluyeron por primera vez, de forma organizada, la industria alimentaria transformadora, la distribución profesional y un foodservice aún incipiente pero funcionalmente relevante. Estos actores constituían núcleos capaces de interactuar de manera sistémica, generando una cadena de valor basada en el intercambio estructurado de producto, volumen, logística y especificaciones.

En torno a este núcleo emergieron progresivamente subsistemas complementarios —ingeniería, servicios tecnológicos, logística, hotelería, comunicación, formación profesional— cuya función no fue tanto la generación de demanda u oferta alimentaria directa como la consolidación institucional, técnica y organizativa del sistema. Su incorporación reforzó la estabilidad, escalabilidad y profesionalización del conjunto.

A este proceso sistémico debe añadirse un actor habitualmente invisibilizado: la ciudad anfitriona. Barcelona, en el momento de las primeras ediciones de ALIMENTARIA, carecía de infraestructuras de transporte, capacidad hotelera y servicios urbanos suficientes para absorber el impacto del evento. La concentración masiva de actores profesionales actuó como un estímulo externo que obligó al sistema urbano a reaccionar, adaptarse y expandirse. De este modo, la ciudad dejó de ser un mero contenedor físico para convertirse en un subsistema reactivo que, con el tiempo, pasó a desempeñar un papel estructural en la proyección internacional del ecosistema alimentario.



2

Introducción

Toda transformación comienza con una idea. A veces nace de una intuición, otras de una necesidad sentida. Pero no toda idea se convierte en legado. Para lograrlo, hace falta algo más que voluntad: hace falta visión, comunidad, perseverancia y generosidad.

Durante 50 años en el sector alimentario, he tenido la oportunidad —y la responsabilidad— de impulsar iniciativas que no buscaban protagonismo, sino propósito. Muchas de ellas se gestaron contando con la ayuda desinteresada de profesionales y expertos que comprendieron que el progreso no se construye en solitario.

Una de esas iniciativas fue la Feria ALIMENTARIA nacida en 1976 y consolidada en 1978. No fueron solo certámenes de nuevo cuño, que también, sino un gesto fundacional. Un espacio donde la industria, la distribución, el retail y un incipiente foodservice pudieron reconocerse como partes de una misma cadena de valor. Desde entonces, esa urdimbre tejida entre actores diversos ha seguido fortaleciéndose.

Algunas ideas no prosperaron. Otras sí. Pero todas respondieron a una necesidad real. La mayoría se impulsaron desde asociaciones sin ánimo de lucro, porque el objetivo era que las cosas necesarias sucedieran, y que, al suceder, pudieran continuar sin depender de quien las inició.

Y eso es quizá lo más valioso: hoy, otros profesionales continúan lo que un día empezó como un unísono grito de ¡eureka! por parte de empresarios del sector de la alimentación y bebidas. Lo han hecho crecer, lo han hecho suyo.

Ese es el verdadero legado: cuando una idea trasciende al tiempo y a la persona o personas que la sembraron.

Esta crónica es una celebración de lo compartido.

Un agradecimiento a quienes caminaron juntos.

Y una afirmación serena: sí, es posible ir de la idea al legado.

3

Resumen ejecutivo

La historia y evolución de la feria ALIMENTARIA, iniciada en 1976 en Barcelona, refleja un proceso de transformación integral del sector alimentario español y catalán, desde sus orígenes en la década de los años 70 hasta consolidarse como un evento profesional y monográfico de gran relevancia internacional.

Antecedentes y creación del Salón de la Alimentación

Al final de los años 50 y durante los 60, la industria alimentaria catalana, especialmente la de segunda transformación, mostró un crecimiento notable dentro de la economía española, a pesar de enfrentarse a barreras estructurales como la dependencia de importaciones, en especial de equipos, falta de mano de obra cualificada, circuitos largos de comercialización y un marco regulador obsoleto.

Para superar estas dificultades, se creó en los años 70 el CONSEJO ECONOMICO SOCIAL DE CATALUÑA que incorporó una Comisión Especial de Alimentación que sentó las bases para su visión sectorial y desarrollo.

Ante este escenario, la FOIM (Feria Oficial Internacional de Muestras de Barcelona), y su feria FIB, impulsaron la idea de un salón monográfico profesional para el sector alimentario, diferente de la feria generalista de junio, que alojaba ya una zona profesional, para las empresas de alimentación y bebidas.

Tras superar obstáculos administrativos y la negativa inicial del Ministerio de Comercio, en 1975 se autorizó oficialmente el Salón de la Alimentación, que se celebró por primera vez en marzo de 1976, con gran éxito de participación y visitantes.

Organización del Salón

El Comité Organizador del Salón tuvo una estructura plural que integró vocales de la FOIM, del salón GRAPHISPACK y del sector alimentario, representado por miembros de asociaciones como AEFA (fabricantes) y AED (distribución), además de entidades públicas (INI) y la Cámara de Comercio de Madrid. La presidencia recayó en Lluís Carulla Canals, con Adrián Piera como presidente adjunto. La secretaría general fue asumida por un miembro de FOIM y la vicepresidencia ejecutiva por un profesional del sector alimentario. Esta estructura facilitó la gestión y preparación del certamen en apenas seis meses.



Contenido y objetivos de ALIMENTARIA 76

El certamen se diseñó desde la demanda, con el lema "Todo para el Industrial. Todo para el Comerciante", contemplando una visión integral del sistema alimentario que abarcaba tanto la industria como la distribución. Se desarrolló una imagen corporativa basada en el huevo, símbolo de origen y creación. La promoción se realizó con recursos limitados, sin redes sociales ni plataformas digitales, y se desplegaron estrategias innovadoras como la "vuelta a España" para captar visitantes profesionales y packs de viaje para facilitar la asistencia.

La primera edición superó las expectativas en expositores (1.527 empresas) y visitantes (344.364) incluyendo al gran público durante fines de semana. ALIMENTARIA 76 se convirtió en un catalizador para ideas y proyectos que marcarían el desarrollo futuro del sistema alimentario español.

Impacto sectorial y legado de ALIMENTARIA 76

RECONSTRUCCIÓN ASOCIATIVA Y FORTALECIMIENTO SECTORIAL

La feria impulsó la reorganización del sector alimentario en asociaciones profesionales, destacando la creación de la FIAB en 1977 y la colaboración en iniciativas como AECOC para la codificación de productos y PROEXPA para la promoción de exportaciones. Se fomentó la cooperación internacional, especialmente con América Latina, a través de misiones comerciales y programas de transferencia tecnológica.

RENOVACIÓN DEL COMERCIO Y DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

ALIMENTARIA 76 sirvió como plataforma para el cambio en la distribución alimentaria, que transitaba desde el comercio tradicional hacia cadenas voluntarias y de supermercados. La creación de la AED y su participación en AECOC fueron claves para la profesionalización y modernización del comercio, así como para la incorporación de equipamiento comercial, que también dio lugar a la asociación ANEQUIP y a la feria EQUIPAL.

IMPULSO A LA INDUSTRIA AGUAS ARRIBA

Se promovió la presencia de sectores proveedores

de materias primas y maquinaria, con especial atención a los aditivos alimentarios y el frío industrial, fundamentales para la modernización de la panadería, pastelería y la industria cárnica. La feria facilitó la visibilidad y organización de estos sectores, que luego se consolidaron en asociaciones específicas y ferias monográficas como TECNOALIMENTARIA.

RECONOCIMIENTO DEL SECTOR SERVICIOS Y TECNOLOGÍAS

ALIMENTARIA 76 fue un escaparate para la tecnología alimentaria, incluyendo empresas de ingeniería, control de calidad y seguridad alimentaria, y centros de investigación como el INCYTA. Este ecosistema tecnológico promovió encuentros científicos y congresos que fortalecieron la innovación en el sector.

VALORACIÓN DE LA ARTESANÍA ALIMENTARIA

El certamen reconoció desde sus inicios la importancia de la artesanía en alimentación, apoyando, en los años ochenta, exposiciones y asociaciones de productores artesanos de vinos, quesos y embutidos, contribuyendo así a la preservación del patrimonio cultural y gastronómico.

Efecto catalizador en la gestión ferial y la ciudad

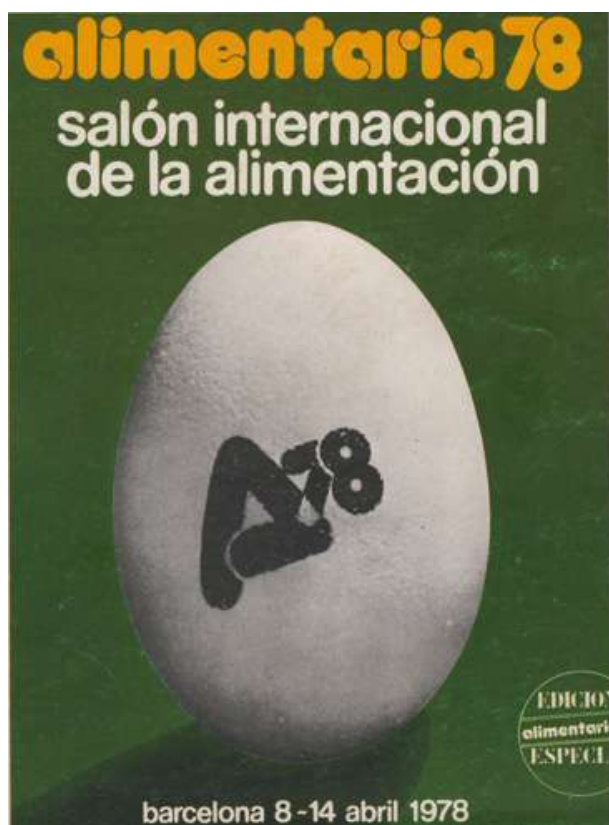
ALIMENTARIA 76 impulsó la modernización del recinto ferial FOIM y estimuló el diálogo para la creación del nuevo recinto FIRA 2 en l'Hospitalet. También generó mejoras en servicios urbanos, transporte, alojamiento y ocio en Barcelona, adaptando la ciudad a las necesidades del visitante profesional. Además, transformó la gestión de servicios paraferiales, profesionalizando agencias de publicidad, prensa profesional, agencias de viajes, empresas de decoración y organización de congresos.

Fomento de la oferta territorial y autonómica

Se incorporaron espacios para las Regiones en Desarrollo, que, con la creación de las autonomías, dieron lugar a la exposición de sus productos en Pabellones colectivos y con dicha experiencia crear en algunas de ellas salones de alimentación como, por ejemplo, en Castilla y León, Andalucía, Galicia o CAM.

Internacionalización y fomento de exportaciones

Aunque la primera edición no pudo obtener la calificación internacional por falta de tiempo, ALIMENTARIA se integró rápidamente en la Unión



Internacional de Ferias (UFI). Se establecieron vínculos con organismos de promoción comercial internacionales y se impulsó la relación comercial con América Latina a través de misiones oficiales y colaboraciones con asociaciones latinoamericanas, consolidando al certamen como puente entre Europa y América Latina.

Gestión del talento y formación

ALIMENTARIA 76 identificó y potenció el talento profesional, integrando expertos feriales y del sector alimentario. Apoyó la formación de técnicos especializados, colaboró con universidades y colegios profesionales, y fomentó la creación de asociaciones de técnicos y cursos de gestión en industrias alimentarias, sentando las bases para futuras iniciativas formativas y fundaciones sectoriales.

Control del acceso del gran público y acercamiento al consumidor

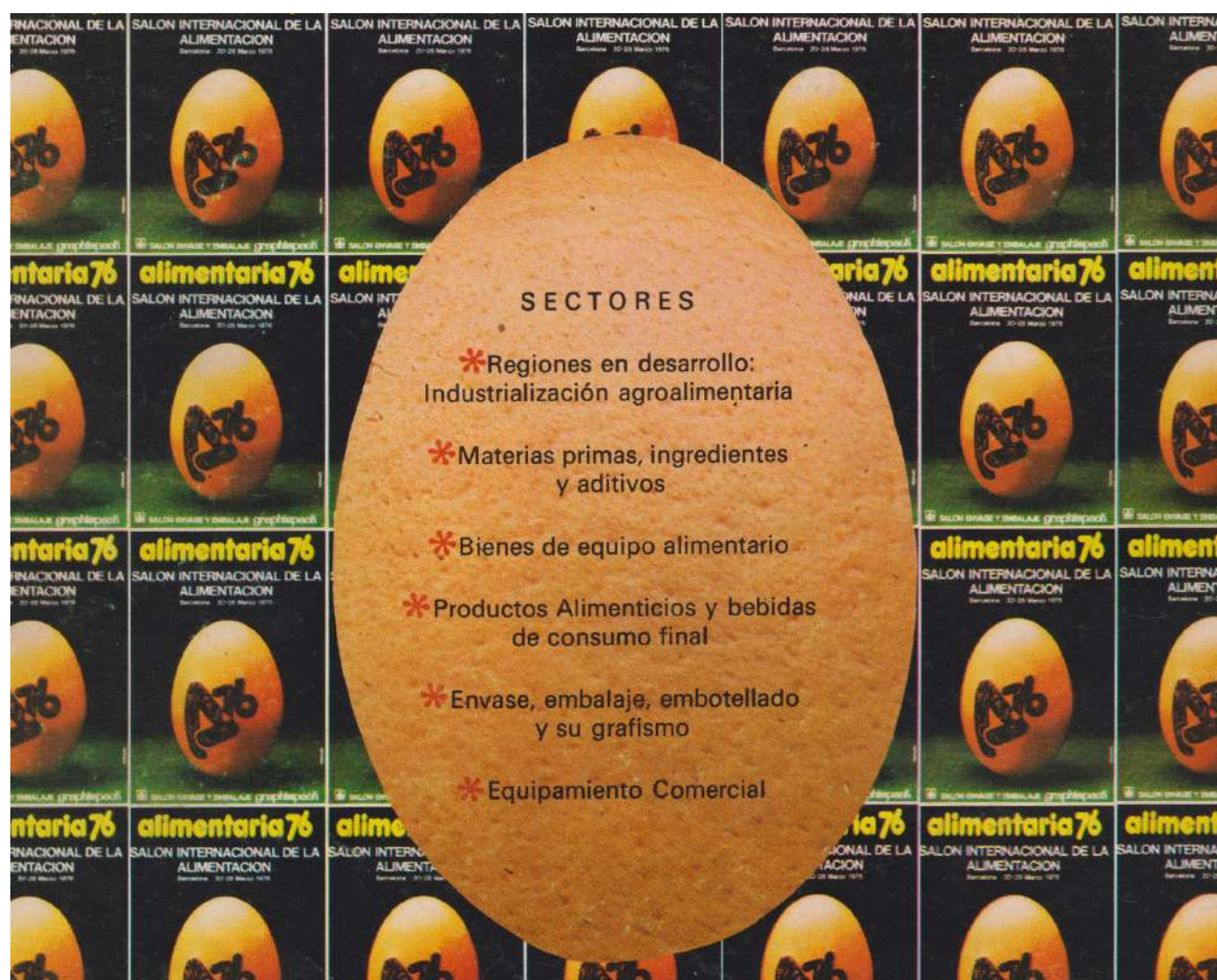
Desde la primera edición se buscó limitar el acceso del gran público para preservar el carácter profesional del certamen, aunque, en 1976, se permitió la

entrada durante fines de semana. Se promovieron actividades gastronómicas y muestras en la ciudad para acercar la alimentación al consumidor, alguna de las cuales perduran en la actualidad.

Transición hacia la alimentación fuera del hogar

ALIMENTARIA 76 contribuyó a la consolidación de la restauración comercial y la restauración colectiva, inicialmente poco estructuradas, mediante jornadas gastronómicas y oferta expositora específica. Esta evolución culminó en la creación del sector Restaurama en ALIMENTARIA 98 y el progresivo acercamiento a HOSTELCO, hasta su integración conjunta.

En resumen, ALIMENTARIA 76 fue un evento pionero que no solo ofreció un espacio comercial para el sector alimentario, sino que también actuó como motor de cambio estructural, tecnológico, asociativo y cultural, cuyo legado perdura en la configuración actual del sistema alimentario español y su proyección internacional.



3E Executive Summary

The history and development of the ALIMENTARIA trade fair, launched in 1976 in Barcelona, reflects a comprehensive transformation process within the Spanish and Catalan food sector, from its origins in the 1970s to its consolidation as a highly relevant, specialized international professional event.

Background and Creation of the Food Exhibition

In the late 1950s and throughout the 1960s, the Catalan food industry — particularly secondary processing — experienced significant growth within the Spanish economy, despite facing structural barriers such as dependence on imports (especially equipment), shortage of skilled labor, lengthy distribution channels, and an outdated regulatory framework.

To address these challenges, the Economic and Social Council of Catalonia was established in the 1970s, incorporating a Special Commission on Food that laid the foundations for a sector-based strategic vision and development.

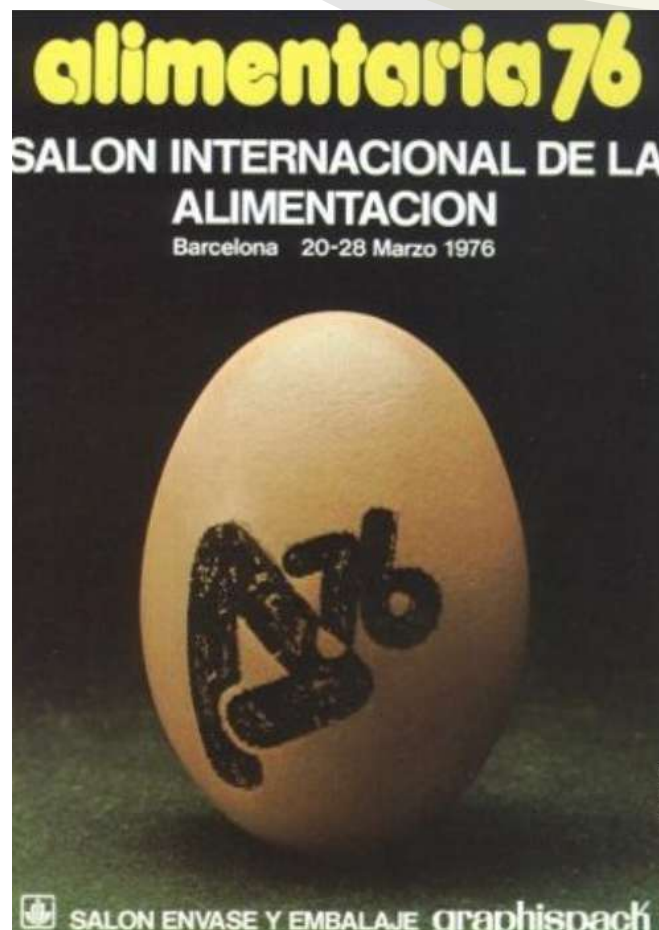
Within this context, FOIM (Barcelona International Official Trade Fair) and its FIB exhibition promoted the creation of a specialized professional food exhibition, distinct from the general June fair, which already included a professional food and beverage section.

After overcoming administrative obstacles and the initial refusal of the Ministry of Trade, official authorization for the Food Exhibition was granted in 1975. The first edition took place in March 1976 and achieved outstanding participation and visitor numbers.

Organization of the Exhibition

The Organizing Committee had a plural structure that included representatives from FOIM, the GRAPHIS-PACK exhibition, and the food sector, represented by associations such as AEFA (manufacturers) and AED (distribution), as well as public bodies (INI) and the Madrid Chamber of Commerce.

The presidency was held by Lluís Carulla Canals, with Adrián Piera as Deputy President. The Secretary General was appointed from FOIM, while the Executive Vice-President came from the food sector. This structure enabled the event to be organized efficiently within only six months.



Content and Objectives of ALIMENTARIA 76

The exhibition was designed from a demand-driven perspective, under the slogan: “Everything for Industry. Everything for Trade”.

It adopted a comprehensive vision of the food system, covering both industry and distribution. The corporate identity was based on the egg as a symbol of origin and creation.

Promotion was carried out with limited resources — without social media or digital platforms — using innovative strategies such as a nationwide roadshow to attract professional visitors and travel packages to facilitate attendance.

The first edition exceeded expectations, with 1,527 exhibiting companies and 344,364 visitors, including public access at weekends. ALIMENTARIA 76 became a catalyst for ideas and projects that would shape the future development of the Spanish food system.

Sectoral Impact and Legacy of ALIMENTARIA 76

RECONSTRUCTION OF ASSOCIATIONS AND SECTOR STRENGTHENING

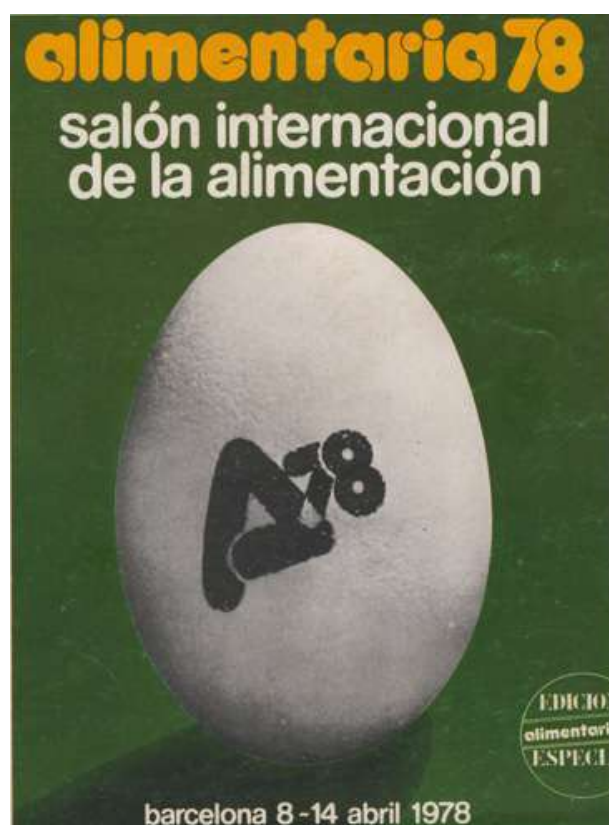
The exhibition encouraged the reorganization of the food sector into professional associations, notably the creation of FIAB in 1977, and collaboration in initiatives such as AECOC for product coding and PROEXPA for export promotion.

International cooperation was strengthened, particularly with Latin America, through trade missions and technology transfer programs.

MODERNIZATION OF FOOD RETAIL AND DISTRIBUTION

ALIMENTARIA 76 provided a platform for the transformation of food distribution, which was evolving from traditional retail to voluntary chains and supermarkets.

The creation of AED and its involvement in AECOC were key to the professionalization and modernization of trade, as well as the incorporation of commercial equipment and industrial refrigeration. This development led to the formation of ANEQUIP and the EQUIPAL exhibition.



DEVELOPMENT OF UPSTREAM INDUSTRIES

The exhibition promoted supplier sectors, including raw materials and machinery manufacturers, with particular attention to food additives and industrial refrigeration, essential for modernizing bakery, pastry and meat industries.

These sectors later consolidated into specialized associations and monographic exhibitions such as TECNOALIMENTARIA.

RECOGNITION OF SERVICES AND TECHNOLOGY

ALIMENTARIA 76 showcased food technology companies, including engineering firms, quality control and food safety specialists, and research centers such as INCYTA.

This technological ecosystem encouraged scientific meetings and congresses that strengthened innovation within the sector.

RECOGNITION OF FOOD CRAFTSMANSHIP

From the outset, the exhibition acknowledged the importance of artisanal food production. In the 1980s, it supported exhibitions and associations of artisanal producers of wine, cheese and cured meats, contributing to the preservation of cultural and gastronomic heritage.

Catalytic Effect on Exhibition Management and the City

ALIMENTARIA 76 contributed to the modernization of the FOIM exhibition grounds and stimulated dialogue leading to the creation of the new FIRA 2 venue in L'Hospitalet.

It also generated improvements in urban services, transport, accommodation and leisure in Barcelona, adapting the city to the needs of professional visitors.

In addition, it transformed the management of ancillary services, professionalizing advertising agencies, trade press, travel agencies, stand design companies and congress organizers.

Promotion of Regional and Autonomous Participation

Spaces were allocated to Developing Regions, which, following the creation of Spain's autonomous communities, led to collective regional pavilions and subsequently to the establishment of regional food exhibitions in areas such as Castile and León, Andalusia, Galicia and Madrid.

Internationalization and Export Promotion

Although the first edition could not obtain international status due to time constraints, ALIMENTARIA soon joined the International Federation of Exhibition and Event Services (UFI).

Links were established with international trade promotion bodies, and commercial relations with Latin America were strengthened through official missions and cooperation with Latin American associations, consolidating the exhibition as a bridge between Europe and Latin America.

Talent Management and Training

ALIMENTARIA 76 identified and promoted professional talent, integrating exhibition specialists and food industry experts.

It supported the training of specialized technicians, collaborated with universities and professional associations, and encouraged the creation of technical associations and management courses in food industries, laying the foundations for future training initiatives and sectoral foundations.

Restriction of General Public Access and Consumer Engagement

From its first edition, efforts were made to limit

access by the general public in order to preserve the professional nature of the event, although weekend access was permitted in 1976.

Gastronomic activities and food showcases were organized in the city to bring food culture closer to consumers, some of which continue today.

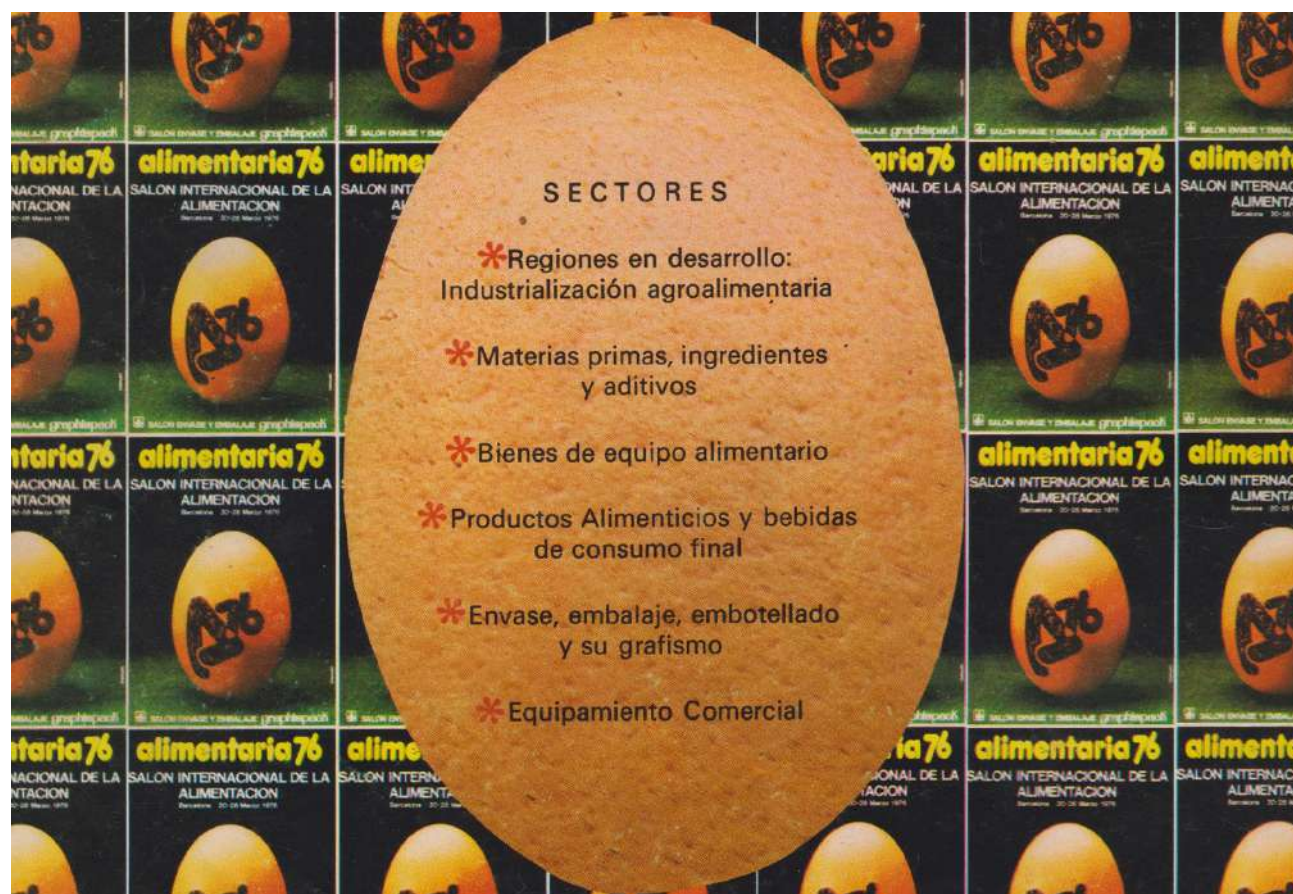
Transition Towards Out-of-Home Food Consumption

ALIMENTARIA 76 contributed to the consolidation of commercial catering and contract catering, initially weakly structured, through gastronomic events and a dedicated exhibition offer.

This evolution culminated in the creation of the Restaurama sector at ALIMENTARIA 98 and the progressive alignment with HOSTELCO, leading eventually to their joint integration.

Conclusion

ALIMENTARIA 76 was a pioneering event that not only provided a commercial platform for the food sector but also acted as a driver of structural, technological, associative and cultural change. Its legacy remains evident in the current configuration of the Spanish food system and its international projection.



4

Antecedentes

4.1 Origen y creación del Salón de la Alimentación

Algunas de las consecuencias de aplicar a la economía española, al final de los años 50, un plan de estabilización y dos planes de desarrollo, en los 60, fueron el revelar a dirigentes políticos y económicos la pujanza de la industria alimentaria en Catalunya, en especial la denominada “de segunda transformación”.

Sin embargo, el discurrir del sector alimentario en Catalunya, pese a su hegemonía a nivel del estado español, atravesaba situaciones que podrían identificarse como de esfuerzo por superar barreras estructurales para su crecimiento y desarrollo.

Entre ellas, podríamos destacar:

- Una asimetría entre la importancia de la producción de segunda transformación y una más que dependencia de las materias primas necesarias, que debía lograr del resto de las hoy autonomías del estado español y/o de importaciones estratégicas, en especial maquinaria.
- La falta de mano de obra cualificada, para empresas dotadas de un I+D propio que se estaba desarrollando fruto de la autarquía vivida durante muchos años.
- La existencia de circuitos largos de comercialización, con las consabidas tensiones en cuestiones de logística, precios y nivel de servicio.
- Un marco regulador vetusto, pleno de medidas coercitivas sobre incumplimientos de medidas propias de, aún, un régimen controlador y lejos de la libre competencia.
- La ausencia de estructuras asociativas empresariales representativas, ya que los sindicatos verticales, para el caso de la alimentación más de una veintena, seguían siendo una mera correa de transmisión de las iniciativas gubernamentales de aquella época.

En este último orden de consideraciones, visto que la iniciativa empresarial reivindicaba un nuevo escenario, para el desarrollo de las relaciones público-privadas, diversos gobiernos franquistas,

presumiblemente observando lo que sucedía en Francia, arbitraron la solución de adscribir a la Organización Sindical, un Consejo Económico Social del que colgarían, a su vez, similares entidades a nivel territorial, con el fin de que las plataformas empresariales-y las sociales -actuaran de órganos consultivos de la administración del estado.

De este modo en Catalunya, se creó en los años setenta, el Consejo Económico-Social Sindical (pronto se prescindiría de este último término) donde empezaron a recogerse reales aspiraciones del empresariado, con el fin de ver cumplidas sus aspiraciones en cuanto a urgentes y necesarias reivindicaciones.



Andreu Ribera Rovira

El CONSEJO ECONOMICO SOCIAL DE CATALUÑA, tuvo como presidente Andrés Ribera Rovira, empresario metalúrgico que ostentaba también la presidencia (1967-1977) de la CAMARA DE COMERCIO INDUSTRIA Y NAVEGACION de Barcelona,

después de ameritar el lograr la unidad de las tres entidades *cameralistas* que había en la ciudad. Actuó como secretario general del Consejo, Marcelino Moreta, ligado al sector de las artes gráficas, vinculado a Narciso de Carreras (*Lliga Catalana*) y bien visto en las estructuras empresariales de la Organización Sindical.



Monografías de los grupos de trabajo del CESC

Dicho organismo trabajó por comisiones sectoriales (doce) donde, inicialmente, la industria alimentaria quedó adscrita a la de Comercio Interior, hasta que vista su importancia se le concedió el status de



Monografía general de la Comisión Especial de Alimentación

Comisión Especial de Alimentación, la cual sería presidida por Miguel Escobar Torres, TAC que ostentaba la dirección del INDIME (Subdirección General de Inspección de la Disciplina de Mercado en el Ministerio de Comercio) en Catalunya; unidad administrativa que tenía competencia sobre los distintos eslabones de la cadena alimentaria para, sobre todo, el control y vigilancia de los precios tanto en la producción como comercialización.

La *Comisión Especial de Alimentación* se dividirá en 14 grupos de trabajo, integrados por directivos de empresas, fabricantes y distribuidoras, en su mayoría pymes y de origen familiar, los cuales colaborarán con un director técnico, encargado de redactar los estudios y conclusiones de cada sector de actividad, reportando al presidente de la

Comisión, que a su vez lo haría al secretario general y presidente del CONSEJO ECONOMICO SOCIAL.

De este modo la industria alimentaria en Catalunya, como otros sectores, pronto dispuso –con los trabajos realizados– de una clara visión de cómo estaba el sector y hacia donde debía encaminarse.

Hecho que no pasó desapercibido por la FOIM, Feria Oficial Internacional de Muestras de Barcelona, cuyo presidente era en aquellos momentos Josep Ribá Ortíz y su director general, Josep A. Tifón. Ambos¹ vieron la oportunidad, junto a Francesc Sanuy, director de la FIB (Feria Internacional de Barcelona, más conocida por la Feria de Junio) de darle la vuelta a un sector de alimentación, que, en el seno, de este certamen, estaba dirigida al gran público.



Edificio del histórico Foment del Treball Nacional, sede del Consejo Económico Social de Catalunya, en los años setenta y actualmente de la patronal catalana que lleva el nombre de Foment.

De la entente entre FIB y la *Comisión Especial de Alimentación* del CONSEJO ECONOMICO SOCIAL DE CATALUÑA y en especial, del entendimiento de sus directos representantes, Escobar y Sanuy², nacerá la oportunidad de crear un sector de alimentación con visos profesionales, en las ediciones de 1973 y 1974 y que serán un éxito total, (200 expositores en el primer año y 350 en el segundo, sin olvidar los que, de ellos, decidirían exponer en la EXPO ESPAÑA 74 celebrada en Sao Paulo) sentando las bases de creación de un salón monográfico e independiente, en cuanto a su convocatoria y realización.

Para llegar a tal ambición, se renunciará a continuar organizando, en la FIB edición 1975, el Sector

1- Dichos directivos feriales identificaron que el sector alimentario debía gozar de su propio salón monográfico y profesional, lejos de la “feria del bocadillo” que se organizaba en la FIB de junio y donde el visitante podía, gratis, desde beber litines hasta degustar, por vez primera en España, las endivias belgas.

2- Sostenía Francesc Sanuy en un artículo para una de las revistas técnico-profesionales que más defendió la aparición de un Salón de la Alimentación, en Barcelona que: “La FIB había iniciado una nueva fase de profunda reconversión que tenía como objetivos inmediatos, el establecimiento de una sectorización coherente y la tecnificación y profesionalidad a ultranza de su contenido. Así se enfocó también la organización de un sector de la Alimentación en la FIB de 1973.

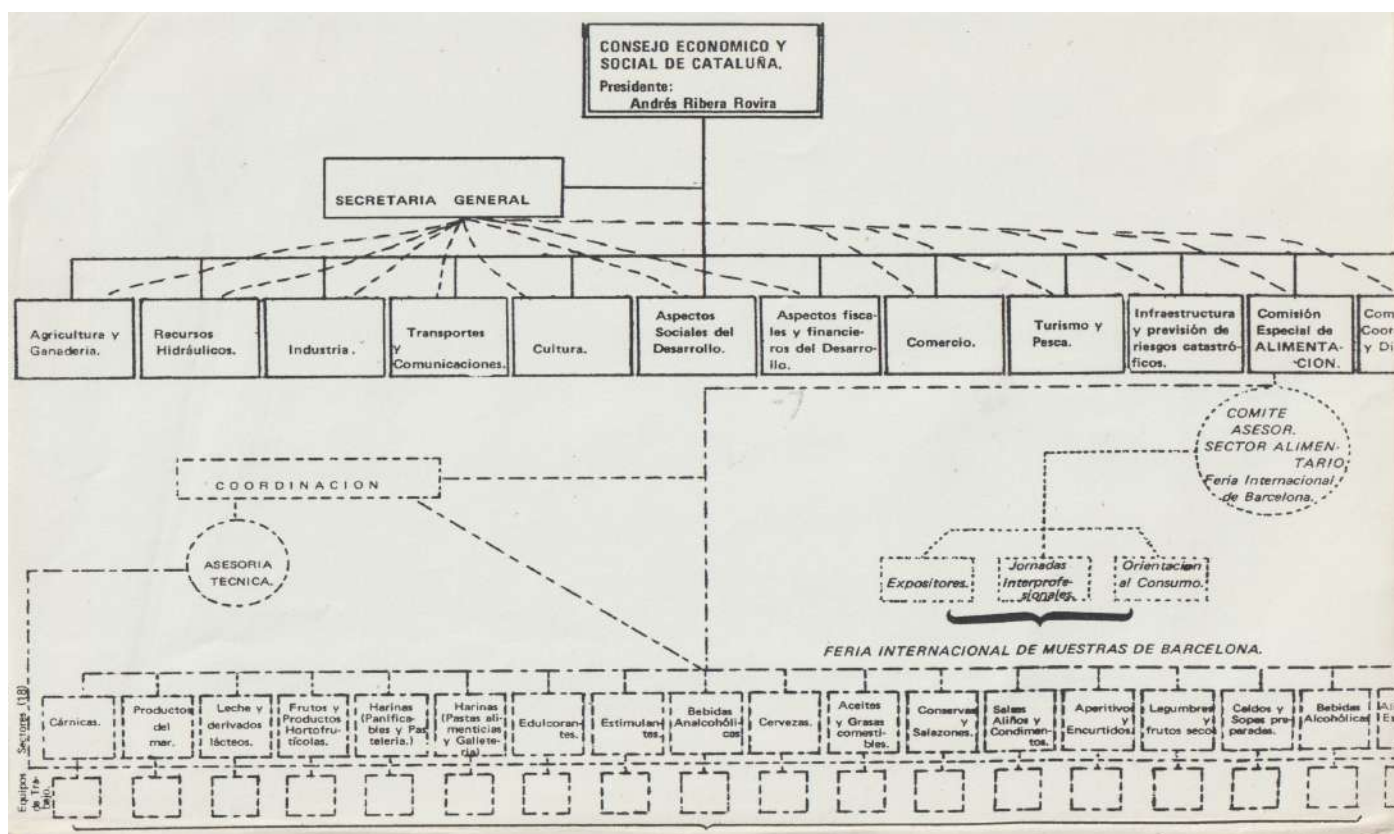
Alimentación, iniciándose los trámites de solicitud de autorización de un Salón de Alimentación, ante la Comisaría de Ferias del Ministerio de Comercio, a la cual, le faltará tiempo para dictaminar que, no había lugar a tal pretensión, pues el calendario ferial estaba ya completo, con las ferias que se estaban realizando a nivel del estado español.

La estupefacción, ante la noticia, en el seno de la industria alimentaria, no sólo catalana sino española, generó de inmediato una respuesta tan bien argumentada como poco conocida, en “esferas oficiales”: reunión asamblearia (febrero 1975) de las empresas del sector, en la CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA de Madrid que aprueban firmar una carta (más de 100 empresas, pymes y grandes grupos), solicitando se reconsidere –dando argumentos de peso– la decisión oficial tomada.

La misiva fue llevada en persona por Riba Ortíz y Sanuy³ a la Comisaría de Ferias que, no sin injustificadas dilaciones terminó por elevar a Nemésio Fernández Cuesta, en aquel momento, ministro de Comercio, la petición de que firmara la autorización definitiva. Era el mes de marzo de 1975, si bien habría que esperar al mes de julio para contar con el reconocimiento legal, en el BOE, de dicha decisión.

La FOIM tenía pues luz verde para organizar un Salón de la Alimentación cuyas fechas de celebración se fijarían para el 20-28 de marzo de 1976, alojando cual forma marsupial al Salón GRAPHISPACK, con el fin de que el sector del envase y embalaje estuviera representado en el seno del nuevo certamen.

Quedaban apenas seis meses para inaugurar la primera edición del Salón de la Alimentación y en medio de ellos, el verano y la navidad.



Grupos de trabajo de la Comisión de Alimentación

3- La actividad profesional de Francesc Sanuy en lo que concierne a su relación con las ferias profesionales y el sector alimentario no es bien conocida y además poco reconocida dada las decisiones que tomó para defender su desarrollo. No sólo en la etapa del nacimiento de ALIMENTARIA, sino también cuando en 1980, siendo ya Conseller de Comerç en el Govern presidido por Jordi Pujol, tuvo singular papel en el futuro destino del Salón, en cuanto a relaciones institucionales/sector alimentario. Tampoco hay que olvidar sus aportaciones a la gestión de la actual IFEMA, de la que fue su primer director general, aunque por pocos meses.

Dr. Fernando Casado¹



El papel de la empresa familiar en ALIMENTARIA 76

Desde el Consejo Económico Social, una serie de personas con inquietudes y conocimientos de lo que se estaba desarrollando empresarialmente a nivel internacional, impulsó la idea de desarrollar una feria agroalimentaria. Y así en 1976 se constituyó **ALIMENTARIA 76**.

En la medida en que yo estuve ligado a las empresas familiares durante muchos años, como director del Instituto de la Empresa Familiar, me referiré a la incidencia que tuvo esa feria en el ámbito de las empresas familiares

La participación de las empresas familiares en **ALIMENTARIA 76** representó un punto de inflexión en la modernización del sector agroalimentario español. Aquella edición, celebrada en un momento en el que España se encontraba en plena transformación económica y social, brindó a cientos de negocios familiares la oportunidad de mirar más allá de su entorno local y proyectarse hacia un mercado cada vez más profesionalizado y exigente.

Para muchas de estas empresas, **ALIMENTARIA 76** fue su primer contacto con dinámicas comerciales propias de ferias internacionales: presentación de producto, análisis de competencia, negociación con distribuidores y descubrimiento de nuevas tecnologías aplicadas a la conservación, producción y envasado de alimentos. La feria actuó como escaparate y, al mismo tiempo, como proceso de aprendizaje.

Las empresas familiares encontraron allí un espacio para poner en valor su tradición, su saber hacer y la calidad de sus productos, elementos que en aquel

contexto comenzaban a convertirse en ventajas competitivas diferenciales.

Massó, Calvo, Torres, Pascual, Garavilla, Elgorriaga, Artiach, Saula, Nomen y muchas otras empresas familiares mostraron al público profesional una oferta que, aunque arraigada en métodos tradicionales, mostraba una notable capacidad de adaptación.

ALIMENTARIA 76 también impulsó la profesionalización de muchos negocios familiares, que regresaron de la feria con una visión más clara de la importancia del marketing, del diseño de envases, de la diferenciación del producto y del cumplimiento de estándares de calidad. La experiencia les permitió comprender que el futuro del sector pasaba por combinar tradición con innovación, herencia con renovación.

Además, **ALIMENTARIA 76** fomentó la creación de redes de colaboración entre empresas, proveedores y distribuidores, algo hasta entonces poco habitual en un tejido productivo dominado por la atomización. Estas nuevas conexiones ayudaron a muchas empresas familiares a crecer, exportar y abrirse a nuevos mercados, contribuyendo a fortalecer el prestigio de los productos españoles dentro y fuera del país.

En definitiva, la participación en **ALIMENTARIA 76** significó para las empresas familiares **salir de su ámbito local, ganar visibilidad, aprender nuevas formas de competir y acelerar su proceso de modernización**. Aquella edición no solo mostró lo que era el sector en ese momento, sino lo que estaba llamado a ser: un motor económico basado en la calidad, la innovación y el valor de la tradición familiar.

¹- Presidente de la Junta Directiva de ASEPEYO y miembro Numerario de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras y Emérito de la Real Academia de Doctores. También es Vicepresidente de AMAT y Presidente de la Fundación Formación y Futuro, miembro del Consejo Asesor de Havas Media Group Spain y consejero de Laboratorios Ordesa S.A., y de Frigicoll SA entre otros. Fue catedrático de Economía de la Empresa y Decano en la Universidad de Barcelona, Director del Instituto de la Empresa Familiar y del Consejo Empresarial de la Competitividad, miembro del Board of Directors del Family Firm Institute (USA) y del Family Business Network (Suiza) así como Presidente de Catalunya Caixa y consejero de Corporación Alba S.A.

4.2 *Comité Organizador: amplia representación sectorial*

Como en todo certamen de su ámbito, la FOIM procedió a nombrar un Comité Organizador, que para el caso del sector que abarcaba se encontraba con dificultades procedentes de los rasgos de su representatividad sectorial: pluralidad de sindicatos, bajo el paraguas de la Organización Sindical.

Por aquella época, miembros de dicha comisión, participaban activamente en iniciativas asociativas que, al amparo de la ley de asociaciones civiles, pudieran funcionar como promotoras de asociaciones empresariales. Y así fue.

Por parte de los fabricantes marquistas se había creado AEFA (Asociación de Estudios para el Fomento Alimentario) y por los distribuidores mayoristas y cadenas de supermercados (junto a cadenas de droguería y de electrodomésticos) la AED (Asociación de Estudios para la Distribución).

De ambas asociaciones saldrá la propuesta mixta (industria marquista y distribución alimentaria)

Presidente:

D. Luis María Sastre Virumbrales (SPAR).

Presidente Honorario:

D. José Saperas Martí (VEGE)

Vicepresidente:

D. Javier Cobos (COESA)

Secretario General:

D. Miguel Escobar Torres
(Vicpte. del Salón Internacional de la Alimentación.)

Contador:

D. Federico Heredia Comas (IFA)

Tesorero:

D. Pedro Carbó Casañas (CAPRABO)

Bibliotecario:

D. Sebastián Salvador Plandiura (IGA)

Vocales:

D. Roberto García Sanjurjo (DALMAU OLIVERAS)

D. Amadeo Miquel Ballart (VEGE)

D. Jaime Jorba Servitje (Superdescuento 1-2-3)

Junta Directiva de la AED



MIGUEL ESCOBAR TORRES



EMILIO LAPUERTA LOPEZ

de vocales para el Comité Organizador a los que se añadirían por cuestión de peso específico en aquel momento, representantes del sector público alimentario (INI) dada la importancia de sus empresas de alimentación (Endiasa, La Lactaria, Carcesa, Oesa...) y de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, cuya entrega y colaboración desde el inicio fue decisiva, apoyando incluso que la sede del nuevo certamen fuera Barcelona.

Con el Comité Organizador ya compuesto por entidades representativas, quedaba por designar al equipo ejecutivo que llevaría a cabo la organización directa del certamen. Una vez más, la FOIM accedió a negociar con el sector la composición de éste, al no poseer, en aquel momento, suficiente experiencia en la gestión de certámenes profesionales en el sector alimentario, por lo que se consensuó con el sector empresarial, a través de un Comité Asesor *ad-hoc*, (procedentes sus miembros del Consejo Económico Social de Cataluña) una composición mixta de dicho órgano de gobierno.

Se decidió que la secretaría general (y dirección oficial) del Salón fuera ocupado por un miembro de FOIM, mientras que la vicepresidencia ejecutiva correría a cargo de profesional con experiencia alimentaria. Ambos aportarían, de FOIM y del mundo alimentario, los expertos necesarios¹ para definitivamente comenzar los preparativos del nuevo

¹- Comentaba Sanuy, en el mismo artículo ya citado, que "Muy pronto se hizo evidente, sin embargo, que el logro de tales objetivos no sería posible sin el concurso de hombres con capacidad y experiencia en el mundo alimentario y plenamente convencidos de que la tarea merecía que se le dedicaran los mejores esfuerzos.



Lluís Carulla

certamen, cuya presidencia ostentará Lluís Carulla Canals, presidente de Agrolimen) teniendo a su lado a Adrián Piera (presidente de la Cámara de Comercio de Madrid) como presidente adjunto.



Recinto ferial de Montjuïc. En 1976 la feria ALIMENTARIA ocupó los palacios C, D, E y F. En 1978 añadiría los A, B y C ocupando todos los palacios y empezando a construir stands fuera de ellos.

Comité Organizador de Alimentaria 76

Presidente: Luis Carulla

Presidente adjunto: Adrián Piera

Vicepresidentes: Miguel Escobar y Luis Sicre

Delegado Regional de Comercio: José R. Borrell

Contador: José Enríquez

Vocales:

- Francisco de A. Baixas
- José Capeta
- Pedro Carbó
- Jose M^a Dot
- Alfonso Fernández
- Salustio Ferrer
- Manuel Freixa

- Federico Heredia
- Roberto Herreros
- Román Lapeyra
- Ramón Masip
- Juan A. Rosillo
- Pedro Sans
- José Saperas
- Luis M^a Sastre
- Francisco J. Sensat
- Jose a. Tifón
- Sebastián Vergonyós
- Enrique Vilapinyó

Secretario general: Emilio Lapuerta

Opinión

Blanca Lozano¹



Cuando la visión encontró el oficio

No todos los proyectos nacen de la afinidad ni todas las alianzas se sostienen en la admiración mutua inmediata. Algunas surgen, simplemente, porque dos maneras distintas de estar en el mundo profesional se reconocen necesarias.

Así comenzó esta historia forjada por Miguel Escobar y Emilio Lapuerta: entre la visión que empuja y el oficio que sostiene, entre el impulso que abre caminos y la discreción que los hace transitables.

Ninguno de los dos era completos per se, pero juntos supieron construir algo que no fue fruto del azar ni de la obediencia, sino de una tensión creativa aceptada y, con los años, comprendida.

Esta nota quiere dejar constancia de cómo, en un tiempo concreto y bajo circunstancias irrepetibles, dos formas de entender la profesión se encontraron y dieron sentido a un trabajo que todavía hoy sigue resonando.

¹- Colaboró con ambos asumiendo diversas tareas de responsabilidad entre 1975 y 1995.

Gabriel Izard, Ph. D.¹



Innovación y liderazgo colaborativo: El ejemplo de quienes fundaron el Salón ALIMENTARIA de Barcelona. ¿cuáles fueron las claves del éxito y qué lecciones nos dan?

El Salón ALIMENTARIA de Barcelona, es un escaparate de innovación y tendencias más importante a nivel internacional en el sector alimentario, y un símbolo de liderazgo desde sus orígenes. ¿Qué se puede destacar de los protagonistas que consiguieron que se arrancase en 1976 este importante salón?

El éxito sostenido de cualquier proyecto de innovación empresarial reside en seis pilares fundamentales: 1) una visión clara con el propósito bien definido; 2) cultura de aprendizaje y mejora constante; 3) la colaboración entre diversos perfiles profesionales; 4) capacidad de adaptación rápida ante los cambios; 5) la capacidad de liderar con inspiración y la comunicación eficaz; 6) una atención permanente a las necesidades del mercado.

Las figuras responsables de dar vida al Salón ALIMENTARIA entendieron, desde el inicio, la importancia de crear un espacio donde convergieran innovación, negocios y las tendencias más punteras del sector. Su estrategia, alineada con los pilares antes citados, se tradujo en hitos concretos:

- Visión: Los fundadores apostaron por posicionar Barcelona y España como referentes mundiales en alimentación, favoreciendo la internacionalización y la conexión entre profesionales de todos los países y regiones.
- Aprendizaje constante: utilizar con rigor las

mejores prácticas de otras ferias y eventos empresariales, adaptando y perfeccionando el modelo de ALIMENTARIA para responder tanto a necesidades locales como globales del presente y del futuro. Utilizar las experiencias empresariales de cada uno para aplicarlas a ALIMENTARIA

- Red colaborativa: Desde sus primeros pasos, promovieron alianzas entre ellos para compartir capacidades y buscaron la colaboración de instituciones, otras empresas y asociaciones, creando y sustentando el valor de una red sólida de colaboración.
- Adaptabilidad: ALIMENTARIA ha evolucionado desde el principio anticipándose e incorporando su propuesta de valor a los cambios del mercado y las nuevas tendencias, desde los inicios. Hay multitud de ejemplos en distintas áreas como la tecnología, la sostenibilidad, la cadena de suministro, el marketing, etc.,...
- Liderazgo inspirador: Los pioneros de ALIMENTARIA se convirtieron en referentes, impulsando a otros profesionales y generando una comunidad dinámica e innovadora.
- Enfoque a las necesidades del mercado: Una escucha activa de las demandas del sector y la apuesta por la satisfacción de visitantes y expositores han sido claves constantes en la consolidación del evento.

El talante de los pioneros de ALIMENTARIA no solo explica su éxito, sino que señala el camino.

¹- Autor de "Innovación y Liderazgo. El nacimiento del código de Barras" (2023). Fue Director técnico de AECOC entre 1985 y 2000.

LLUIS CARULLA I CANALS, PRESIDENTE DEL COMITE ORGANIZADOR

«CON ALIMENTARIA-76, NACE UNA NUEVA INSTITUCION»

● EL CERTAMEN ASPIRA A UN LUGAR DESTACADO EN EL MUNDO INTERNACIONAL DE LA ALIMENTACION

● LA DEMORA EN LA ENTRADA DEL MERCADO COMUN REPRESENTA PARA NUESTROS PRODUCTOS UNA PERDIDA INCALCULABLE

Ayer se inauguró Alimentaria-76, primer Salón Internacional de la Alimentación que tiene su sede en nuestra ciudad.

Entrevistamos para MUNDO FLASH, a Lluís Carulla i Canals, presidente del Comité Organizador del certamen.

—Hablemos de la importancia de este primer salón de la alimentación.

—Por ser el primer Salón de su clase, que con carácter internacional se celebra en España — responde el señor Carulla—. Alimentaria-76 tiene la extraordinaria importancia del nacimiento de una nueva y trascendental institución, que con sucesivas ediciones bianuales, aspira a abrirse en el mundo de la alimentación, un lugar destacado dentro de la línea de las bienales de Sial de París, para Francia y de Anuga de Colonia para Alemania, que tienen con la solera de décadas un prestigio y un poder de convocatoria para todas las naciones en desarrollo del mundo.

—Denos las primeras impresiones que el Comité Organizador ha recogido de parte de expositores y primeros asistentes.

—Son óptimas, a juzgar por la rapidez con que se han ocupado los cinco palacios y agotado sus 40.000 metros cuadrados de stands y la presencia de todo el mundo industrial de importancia, en alimentación, envase y embalaje.

PRESENCIA DE VEINTE NACIONES

—¿Cuántos países han venido a Alimentaria-76?

—A pesar del bloqueo diplomático que sufrió España a raíz de los sucesos de septiembre, de la falta de tiempo para preparar esta primera edición y de la recesión económica mundial, 20 naciones están presentes con unos 160 grandes compradores invitados por la Feria con la ayuda del Ministerio de Comercio.

—¿En qué nivel queda representada la industria española de alimentación en este certamen internacional?

—En el más óptimo que se podía esperar.

—¿Cree que Alimentaria-76 puede ser un trampolín para dar a conocer mejor nuestros productos de alimentación en el exterior? Esto es, ¿podríamos incrementar con ello nuestras exportaciones y por lo tanto mejorar nuestra maltrecha balanza de pagos?

—Qué duda cabe. Yo diría, una catapulta más que un trampolín. La frase, «El buen paño en el arca se vende» ha pasado al museo de la historia empresarial.

LOS Matices POLITICOS

—¿Tienen la esperanza los industriales españoles —proseguimos con nuestras preguntas al señor Carulla— en el marco confortable de su despacho, de que las limitaciones de tipo político que han perjudicado a nuestra exportación puedan verse soslayadas pronto?

—Responde Lluís Carulla:

—La admisión de España en el Mercado Común (mercado fabuloso con cerca de 300 millones de posibles clientes, con un poder adquisitivo muy superior al nuestro de 35.000.000) depende ahora de que la labor del infatigable señor Arellano en el exterior se vea secundada en el interior por la convergencia sincerísima de todos los que anhelamos la implantación de instituciones y vida democráticas. Estimo que la demora de nuestra entrada en el Mercado Común (imposible «hasta ahora») representa una pérdida incalculable en la toma de posiciones ya ocupadas durante quinquenios que la industria española encontrará atrincheradas. Trincheras que sin embargo no desalojaremos.

—¿Ofrece el producto de alimentación de nuestro país una imagen de calidad competitiva con la de los países desarrollados?

—En cuanto a calidad, muchos productos son superiores a los extranjeros. Pero fíjese que usted me habla también de «imagen» que es más difícil de crear que la calidad. De ahí viene la necesidad de concurrir nosotros con nues-



Lluís Carulla i Canals, presidente del Comité Organizador de Alimentaria-76, primer salón internacional de la Alimentación que tiene lugar en nuestra ciudad.

tros productos a los grandes salones internacionales y de atraer a los grandes compradores (los V.I.P.) del mundo a nuestro Salón Internacional de la Alimentación.

HACIA PRECIOS MAS ALTOS

—¿Cómo están nuestros precios en relación con quienes han acudido a Alimentaria-76?

—Con ventaja casi siempre. Pero esta ventaja se irá erosionando por el encarecimiento de la materia prima, de la mano de obra y por la inevitable presión fiscal, «in crescendo».

—¿Hay en el certamen representación de entidades oficiales como cámaras de comercio, Iresco, etc., que puedan recoger a través de él experiencias positivas?

—Está la plana mayor de todas las instituciones y organismos a que puedan afectar directa o indirectamente el Salón.

—¿Se reserva algún día especial para el consumidor o asociaciones de consumidores?

—Como en todos los salones. Y además con 38 intérpretes para servir a los compradores extranjeros.

—En orden de importancia, ¿a qué grupo de los seis grandes sectores que comprende el salón daría usted prioridad por su aportación técnica o económica?

—Imposible contestar. Basta decir que con un solo factor que faltara en la cadena del proceso alimenticio, éste se quebraría y ya no podríamos en 1976 ni siquiera abastecernos y comer con nuestros productos naturales al estilo, no de 1876, sino al de una España de cuando contaba 20.000.000 de censo.

—El haberse unido Alimentaria-

76 al Salón del Envase y del Embalaje desde sus mismos comienzos, ¿puede significar que en un futuro próximo la tipificación del producto alimentario español va a llevarse adelante con todo rigor?

—Muchísimo y rápidamente —puntualiza Lluís Carulla—, se ha alcanzado una buena meta en tipificación. La unión a que usted hace referencia ha de ser indudablemente muy positiva porque se potencializan los factores de ambas ramas del Salón.

—Con respecto al sector Regionales en desarrollo, ¿permite suponer un hito que destaque una vez más allí donde la Administración debe llevar su apoyo, tanto para descongestionar los grandes núcleos urbanos como para el bien de la macroeconomía del país?

—La contestación la da la presencia en el Salón en forma entusiasta y masiva —con la colaboración de las respectivas Diputaciones—, de muchas tierras de España como por ejemplo Cáceres, Tierra de Campos, La Mancha, Burgos, Orense, Lugo, polígonos industriales ya en marcha de Llerda, Gerona, etc.

Casi al fin de la entrevista preguntamos a Lluís Carulla por los idiomas que utiliza este Salón Internacional de Barcelona en sus carteles, impresos, cartas, etc. La respuesta es:

—Catalán (es el primer año), castellano, francés, inglés, alemán y árabe. En catalán solamente, se han expedido 22.000 cartas.

—Y usted, presidente del Salón ¿en qué idioma pronunció ayer el discurso inaugural?

—En castellano y catalán, como el Rey.

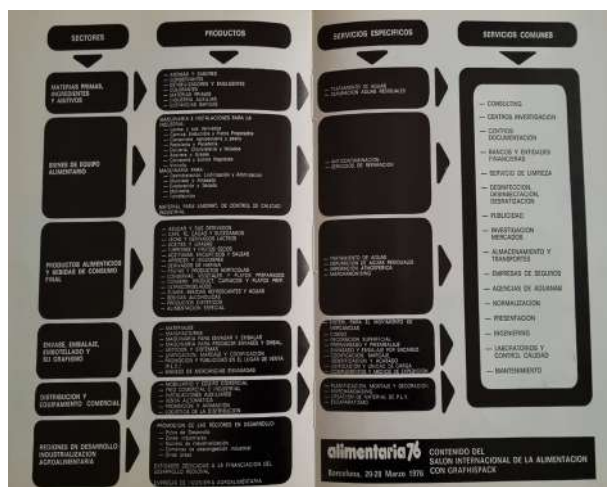
S.M.

4.3

Disponiendo ya de sendos equipos representativos y ejecutivos y habiéndose elegido el nombre de ALIMENTARIA 76 Salón Internacional de la Alimentación, procedía elaborar el plan comercial de lanzamiento y comercialización del certamen.

De nuevo se acudió al importante núcleo profesional que poseía el Consejo Económico Social de Cataluña, donde además de los representantes de las empresas , se contaba con los directores de los proyectos , reconocidos expertos en su materia, decidiéndose ya un primer aspecto diferencial con relación al enfoque que, hasta el momento, se otorgaba a las ferias profesionales: diseñarla desde el punto de lo que necesitaba la demanda que contemplaba el Salón, en vez de hacerlo desde el punto de vista de la oferta.

Y así unos miembros del Comité Organizador, del equipo ejecutivo del certamen y sus expertos colaboradores empezaron por dibujar un contenido que diera respuesta a tal ambición, mientras otros se encargaban de la imagen corporativa y el plan de marketing del Salón.



Sectores de ALIMENTARIA 76

Los primeros ultimarían un plan estratégico dirigido a atender la necesidad de la demanda que desde una perspectiva integral del sector alimentario quedaba resumida en el lema *“Todo para el Industrial.”*



Todo para el Comerciante”, mientras que para el cartel, los folletos y piezas de comunicación publicitaria en las que apoyar el plan comercial, se eligió la icónica imagen del huevo, representando no sólo el inicio de la vida de una feria (en este caso, ALIMENTARIA 76) sino también el emblema del origen

y creación de plurales iniciativas profesionales en el sector alimentario que crearán la urdimbre, el tejido, que dará pie a su vez, a la conformación actual de una importante parte del sistema alimentario del estado de las autonomías.



Folleto de ALIMENTARIA 76

Ya se disponía de cartel y de folleto con contenido del certamen y sus objetivos. Primero, para captar la atención de los potenciales expositores y después de los necesarios visitantes profesionales, donde las *jornadas técnicas* complementarias también jugarán un estratégico rol que si bien sirvieron de dinamizador de la captación de visitantes, en la primera edición, fueron definitivamente fundamentales para contribuir desde su seno al diseño de la edición del 78, y al futuro de las sucesivas ediciones a partir de los resultados logrados, como en el caso de la internacionalidad, de la tecnología de procesos y productos o de la revolución comercial que supuso la codificación de productos.

Todo ello disponiendo de un plazo que arrancando en un estival agosto y mediando un navideño diciembre, antes de la inauguración dejaba reducido los períodos de promoción a escasos tiempos hábiles, puesto que en aquellas fechas se carecía



El Comité Organizador de ALIMENTARIA 76 recibe al Ministro Calvo Sotelo

del recurso de redes sociales, plataformas digitales, influencers...

Por otra parte, hubo que lidiar con algunas barreras más, previamente a las primeras acciones promocionales. A nivel interior se tuvo que gestionar un acuerdo con la propiedad de la revista Alimentaria, que tenía esa marca registrada, para que no hubiera problemas de derechos de uso para fin ferial y a nivel internacional, el escenario no era precisamente favorable para la promoción de una nueva feria (desde el conflicto del Sahara, juicios de Burgos, primeros movimientos de los sindicatos libres, hasta las primeras secuelas post 20N...) sobre todo, por la falta de tiempo para la posible calificación ante la Unión de Ferias Internacionales (UFI), donde ALIMENTARIA figurara en su seno y gozara de la promoción internacional que sus asociados realizaban colectivamente a nivel mundial, con el fin de difundir su lema de "puente entre Europa y América Latina".

Una vez más, el sector se volcó en multiplicar los medios de comunicación sobre la convocatoria y características del Salón. Algunas empresas permitieron colocar grandes vallas publicitarias en terrenos colindantes con vías de alta densidad de tráfico, la prensa técnico-profesional se volcó en que sus ediciones existieran páginas y páginas con información y entrevistas, además de la consabida publicidad e incluso algunas de ellas se convirtieron en auténticas agentes de ventas.



Titular de La Vanguardia sobre declaraciones de Calvo Sotelo

Con el fin de captar visitantes, se organizó una "vuelta a España" para presentar ALIMENTARIA en las capitales de provincia y ya en la fase final, dada la capilaridad del comercio detallista, hubo empresas expositoras cuya red de ventas distribuyó material promo-publicitario (carteles, pegatinas, invitaciones...) a sus clientes, puerta a puerta.

Los resultados no pudieron ser más halagüeños, el espacio que FOIM había reservado para la contratación de expositores fue superado y comenzaron a aparecer los primeros stands prefabricados (de



Calvo Sotelo inaugura la feria en el Salón de Actos del Palacio de Congresos de Montjuïc

los muchos que se construirán en las siguientes ediciones) en los accesos a los palacios feriales, dada la insuficiencia de espacio requerido.

Mientras, la elevada respuesta de confirmaciones de visitantes hizo aparecer otra innovación de esta nueva feria: algo practicado sobre todo por las ferias alemanas, consistente en packs de viaje (importante el número de autobuses se llegaron a fletar para viajar a Barcelona) y alojamiento, comercializados desde las agencias coaligadas con la organización de ALIMENTARIA con el fin de, ante la escasez¹ de plazas hoteleras en la ciudad, extender el radio de acción de la oferta hostelería hasta lugares en aquel momento desconocidos para pernoctar, como serían los ubicados en una corona de 15 km (en la actualidad el ratio supera los 50 km).

1- En el diario La Vanguardia de Barcelona aparecieron anuncios solicitando habitaciones en hogares privados de la ciudad, con el fin de alojar expositores y visitantes, para la edición de 1980. Alimentaria se adelantaría a lo que después sería la oferta de pisos turísticos tan polémica en la actualidad

Robert Rodergas i Pagés¹



Un símbolo sencillo, para un proyecto formidable

Del génesis y la trayectoria de nuestra ALIMENTARIA queda cumplida reseña en el RESUMEN EJECUTIVO que encabeza esta crónica; con ella celebramos estas “bodas de oro” de un Salón hoy robusto, dinámico y ambicioso. Mi aportación hará referencia, pues, a un aspecto concreto del proyecto: Su imagen corporativa.

En la primavera de 1976 yo ejercía de creativo en comunicación en el departamento de publicidad de la empresa Gallina Blanca. Su Fundador y director general, Lluís Carulla, emprendedor donde los haya y ferviente cultivador de la publicidad más persuasiva, me hizo saber que se estaba estudiando el celebrar, en Barcelona, una “feria” muy distinta a la que tradicionalmente se convocaba en junio, en el recinto de la conocida hasta entonces Feria de Muestras.

A este proyecto él pensaba darle todo el soporte posible, más cuando la intención del certamen era dar voz y presencia al sector al que su empresa pertenecía: la alimentación. Por cierto, conocimos una feria monográfica similar al proyecto de Barcelona, que se celebraba en Colonia, con reconocido prestigio y proyección; recabamos información.

Poco después me comunicó que los promotores le habían nombrado Presidente del certamen y que, por ello, deberíamos colaborar en los ámbitos de promoción y comunicación.

En la siguiente reunión conocí al que sería Director General del evento Miguel Escobar, quien, des del primer momento, aplicó una estimulante y enérgica

gestión directiva. En este encuentro se me encargó la creación de la imagen gráfica del salón, que se había bautizado con el nombre de ALIMENTARIA y que, en su inicio, compartiría fechas y espacio con GRAPHISPACK, muestra dedicada al envasado de productos comerciales.

Esta doble convocatoria exigía una imagen que cubriera los dos conceptos; inicialmente trabajé con la idea de una nuez, por ser un contenedor resistente y protector y un contenido con reconocido valor alimenticio. Pero la imagen de la nuez me resultó triste, envejecida, arrugada...

La alternativa ideada fue la utilización de un huevo, un elemento que atesoraba, incluso con más fuerza, los valores del doble evento: alimento de primer orden y envoltorio funcional y simpático.

Lo presenté junto a una tipografía de la marca muy clara, sólida, sin adornos y ambos, logotipo y símbolo, fueron aprobados.

Siguieron las pruebas fotográficas del huevo, que fueron muchas: el menor o mayor efecto redondez, el color entre blanco y/o tostado... se escogió el blanco con volumen para ser reproducido sobre cualquier soporte y color.

Desde entonces el huevo ha acompañado a todos los elementos de carácter visual del certamen; lo hemos visto en miniatura y enorme, en cartelería, en toda la comunicación gráfica, ejerciendo siempre la labor para la que fue creado: ser el símbolo y distintivo de una idea que, desde sus inicios, apostó por la excelencia.

¹- Ex-director de DEMER

Francesc Baldrich Guillén¹



Mis buenos recuerdos de ALIMENTARIA: una etapa clave junto a BIMBO

El 50 aniversario de ALIMENTARIA me traslada a una etapa especialmente significativa de mi trayectoria profesional en BIMBO, durante la cual, con responsabilidades ejecutivas, participé de forma intensa en las ediciones celebradas entre 1978 y 1988.

ALIMENTARIA, en el 78 era un salón que avanzaba con ambición ampliando sectores, actividades y contenidos. Reunía a profesionales de muy diversas áreas y atraía cada vez a más directivos y ejecutivos interesados en conocer de primera mano la evolución del sector agroalimentario y en compartir experiencias. En mi última participación profesional, ALIMENTARIA 88, estaba plenamente consolidada.

BIMBO había participado ya en la primera edición de ALIMENTARIA en 1976, con presencia en la Junta Directiva de don Jaime Jorba Servitje, uno de los fundadores de la compañía. Años más tarde se produjo un cambio de propiedad, con la entrada del grupo Campbell Taggart, que marcó el inicio de una nueva etapa caracterizada por un crecimiento exponencial de la empresa. Se desarrolló una nueva estructura organizativa, tanto en ventas y marketing como en producción, con la puesta en marcha de nuevas plantas industriales y la creación de innovadoras rutas de venta —vendedor y furgón—, adaptándose progresivamente a la entrada de la gran distribución y de las cooperativas alimentarias.

Fue también la época de las grandes promociones con coleccionables, que aún hoy muchos recuerdan: Bony, Tigretón, Pantera Rosa... BIMBO realizó entonces un importante esfuerzo en marketing, con potentes campañas de comunicación en televisión centradas en el pan de molde BIMBO y en un concepto muy claro de reposición diaria en el punto de venta, los “Frescos del barrio”.

En radio, el programa líder “Protagonistas”, dirigido por Luis del Olmo, contó con una sección exclusiva de información popular patrocinada por BIMBO, con sorteos de grandes premios, entre ellos automóviles, llegando en un año regalar catorce. Todo ello formaba parte de una ambiciosa estrategia de marketing, diseñada y ejecutada por un equipo excelente y altamente comprometido.

El crecimiento del equipo profesional de BIMBO se reflejó también en ALIMENTARIA, donde se duplicaron ampliamente los espacios y las acciones, especialmente en el ámbito promocional. En aquella época tuve el honor de representar a BIMBO como presidente de la Asociación Española de Pan y Bollería Industrial, junto a su secretario general, Alfonso Bonmatí Berenguer, impulsor de cerca de veinte asociaciones sectoriales del ámbito de la alimentación y las bebidas, cuya visión y empuje resultaron decisivos en los años de transición política.

Fue precisamente a través de él como entré en contacto con Miguel Escobar, fundador-impulsor de ALIMENTARIA, que marcó el inicio de lo que considero la etapa dorada de la relación BIMBO–ALIMENTARIA.

Desde años antes, el equipo de vendedores en ruta de BIMBO ya distribuía en algunas zonas carteles promocionales de cada edición del Salón. Esta acción se amplió hasta alcanzar las 100.000 unidades, con el objetivo de llegar al máximo número posible de puntos de venta de alimentación en toda España. Se movilizó también a la red comercial, con la implicación directa de los 7 gerentes de ventas y de 60 jefes de delegación, que asistieron al evento e invitaron a clientes con un alto grado de fidelidad. Se distribuyeron miles de invitaciones.

En el propio stand se contó con la presencia de un reconocido chef de la época, que elaboraba un catering creativo a partir de productos BIMBO, ofrecido a los invitados. Paralelamente, respon-

¹- Ex-Director de Marketing Operativo – BIMBO. Ex-Presidente de la Asociación Española de Pan y Bollería Industrial y Ex-Director General del GRUPO BONMACOR.

Opinión (cont.)

sables del área industrial participaron en diversas ponencias, tanto como oradores como asistentes. Acción novedosa en la época.

En 1988 se logró que el President de la Generalitat, Jordi Pujol, visitara el stand de BIMBO, ocasión en la que se le presentó un proyecto que acabaría convirtiéndose en Port Aventura, en un momento en el que España había perdido la oportunidad de acoger el parque Disney.

A mediados de los años ochenta, BIMBO fue adquirido por el potente grupo estadounidense Anheuser-Busch, líder cervecero en Estados Unidos y con intereses en parques de atracciones en varios estados. Como resultado de esta relación, en la edición de ALIMENTARIA 1986 se presentaron en España los snacks Eagle Snacks, con sus conocidos cacahuetes con miel y sal, así como el inicio de la distribución de la cerveza Budweiser, que fue una de las grandes novedades del salón.

La presencia de BIMBO en ALIMENTARIA fue es-

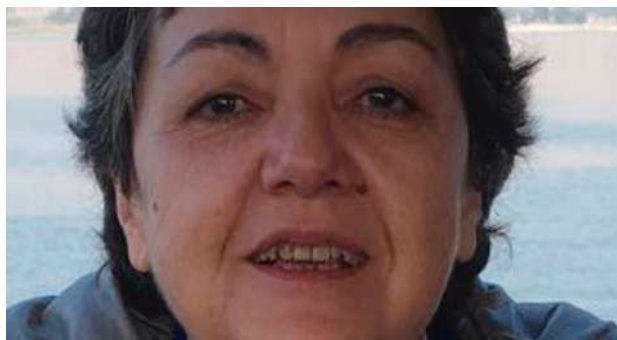
pecialmente destacada, con la nueva ubicación de un monumental stand, en la instalación principal del recinto ferial Gran Vía de Barcelona. Banderolas con los logotipos de ALIMENTARIA y BIMBO, un globo gigante sobrevolando el espacio exterior central y moquetas rojas con los logos BIMBO-ALIMENTARIA en los accesos al recinto reforzaban una imagen potente y memorable.

El balance fue muy positivo: reconocimiento interno por parte de los más de 3.400 empleados de BIMBO y felicitaciones de los visitantes, en su mayoría profesionales de los sectores de la alimentación y bebidas. Por supuesto la Distribución

Con este recuerdo, solo he querido dejar constancia más de cuarenta años después, de la actuación empresarial en un salón como ALIMENTARIA, y de una etapa en la que tuve la oportunidad de liderar la participación de BIMBO, colaborando estrechamente con la organización del certamen, en la que Miguel Escobar y su equipo aportaron profesionalidad y una colaboración ejemplar.

Opinión

Villi Rincón¹



Un viaje a la memoria: ALIMENTARIA PASION

Corría 1974 y, aunque había hecho los primeros pinitos periodísticos en el terreno de la información económica, cultural e incluso gastronómica, me llegó la oportunidad de vivir en directo la gestación de ALIMENTARIA, con el consiguiente privilegio de conocer a muchas personas de inestimable categoría que, después y hasta hoy, han inspirado mi carrera profesional y mi carrera vital.

Rafael Rincón, director de Aral (y hermano), me

pidió aquel año que realizara una encuesta entre las empresas del sector de alimentación que, en la Feria de Muestras -"la feria de junio"- de Barcelona, ocupaba el entonces flamante Palacio del Cincuentenario y buena parte de la Plaza del Universo.

Aunque el objetivo de aquel trabajo aparentaba ser el de pulsar el deseo, si acaso interés, por un salón de la alimentación con entidad propia, el contundente resultado de las decenas de entrevistas a propietarios y directivos de empresas de todo tipo y sector fue la confirmación, en forma de apasionada

1- Periodista. Corresponsal en Cataluña Revista Aral (1974-1975). Colaboradora Gabinete de prensa Alimentaria 76 (1976). Jefe de prensa Alimentaria 78 (1976-1978). Corresponsal en Cataluña Revista Aral (1978-1981). Jefe de Redacción Revista Aral (1981-1992). Jefe de Redacción Novedades y Noticias 1993-2025).

exigencia, de su necesaria puesta en marcha. Todos ellos lo sabían. Rafael Rincón, que llevaba tiempo impulsando la idea desde sus páginas, lo sabía. Yo, he de confesar, no.

Con mi posterior e inmediata incorporación a la corresponsalía de Aral en Cataluña, que dirigía Miguel Rincón (otro hermano, sí) pude conocer los entresijos y seguir de cerca los movimientos “geopolíticos” avivados por los promotores -todo pasión e ilusión- que, finalmente, permitieron la creación de nuestro Salón de la Alimentación, cuya primera edición, en un tiempo récord, se celebraría en marzo de 1976, ya con el alias de ALIMENTARIA y el representativo huevo en el logotipo. Una primera convocatoria que resultó más que una feria, gracias al concurso de un sector visionario y un más que nutrido grupo de adelantados que pusieron todo su saber y todo su hacer en la apasionante aventura. Doy fe.

Una nueva oportunidad me permitió estar muy cerca, encargándome de la información específica y del contacto con la prensa especializada, de la mano de la jefa de prensa, Teresa Rubio, que supo hacer malabares de comunicación en unos pocos meses para que este de por sí gran pero desconocido Salón, estuviera en boca de todos, más interesados o menos interesados en lo que la feria ofrecía, transmitiendo ya con claridad y convicción que ALIMENTARIA no era un capricho sectorial ni territorial, sino que era futuro, es futuro.

A lo largo de estos 50 años, he sido testigo e informado de infinidad de iniciativas de primer orden en el sector. Ninguna como ALIMENTARIA. Ninguna ha conseguido ser centro, parte y todo, a un tiempo. Centro por excelencia de reunión y de contactos; parte esencial para el negocio y para el conocimiento; y un todo que ha aglutinado y llevado a la transformación de toda la cadena alimentaria que conocemos hoy y que no hubiera sido posible sin esas personas que entonces hicieron frente común y, en consecuencia, sin ALIMENTARIA.

Personas que aunaron esfuerzos profesionales y personales, aun siendo competidores unos o incompatibles otros, liderados por Luis Carulla como presidente del Salón, por Adrián Piera y Luis Sicre como vicepresidentes y por Miguel Escobar al frente de un imparable equipo técnico.

No me resisto tampoco a incluir la influencia de los medios de comunicación, generalistas y especializados, siempre cercanos al Salón y a sus protagonistas; menos aún al apoyo constante y decidido de Aral, a cuyo equipo pertenezco muchos años y al que por cierto durante un tiempo se incorporaría otra hermana (Chelo Rincón).

Cada uno desde su parcela, entre todos lo conseguimos. No fue difícil. A todos nos ataba lo mismo: pasión por ALIMENTARIA

50 nombres para 50 años

Obliga el aniversario: 50, así que no están todos los que son, pero sí son todos los que están. Y con el nombre con el que se presentaban entonces. Algunos nos han dejado, pero a todos, ¡gracias!

- | | | |
|----------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| 1. Antich, Antonio | 18. Gil, Arturo | 35. Riera Marsá, Federico |
| 2. Baixas, Francisco | 19. Heredia, Federico | 36. Rincón Miguel |
| 3. Barros, Carlos | 20. Herreros, Roberto | 37. Rincón, Rafael |
| 4. Bonet, José Luis | 21. Iglesias, Constantino | 38. Rodríguez, Francisco |
| 5. Bonmatí, Alfonso | 22. Jordana, Jorge | 39. Roure, Jaime |
| 6. Canut, Enric | 23. Laborda, José Luis | 40. Rubio, Teresa |
| 7. Cañizal, Mario | 24. Lacasa, José Carlos | 41. Salvadó, Sebastián |
| 8. Capeta, José | 25. Lamo de Espinosa, Jaime | 42. Sans, Pedro |
| 9. Carbó, Pedro | 26. Lapuerta, Emilio | 43. Sanuy, Francisco |
| 10. Carulla, Luis | 27. Lozano, Blanca | 44. Saperas, José |
| 11. Dot, José María | 28. Masip, Ramón | 45. Sastre, Luis M ^a |
| 12. Enriquez, José | 29. Massó, Tomás | 46. Sensat, Francisco |
| 13. Escobar, Miguel | 30. Nómen, Pedro | 47. Sicre, Luis |
| 14. Espona, José | 31. Pascual, Tomás | 48. Tiffón, José Antonio |
| 15. Ferrer, José | 32. Pedragosa, José | 49. Tomás, Jaime |
| 16. Ferrero, Ignacio | 33. Piera, Adrián | 50. Torres, Miguel |
| 17. García, Teodoro | 34. Raventós, José María | |

5

De la idea al legado

5.1 Reconstrucción del sector alimentario a nivel asociativo

De 24 sindicatos verticales a una federación de asociaciones de la industria de la alimentación y bebidas. A nivel de organizaciones patronales el 20N fija el punto de no retorno de la Organización Sindical que tendrá los días contados, por lo que las empresas españolas buscarán nuevos escenarios asociativos si ya no los habían preparado, como era el caso del sector de alimentación y bebidas.

Ya se ha mencionado que los fabricantes mar- quistas habían creado AEFA, que no sólo servirá para que el sector esté representado en el Comité Organizador de ALIMENTARIA 76, sino también para dar soporte a la creación de las nuevas patronales sectoriales, que verán la luz al amparo de la nueva ley de asociaciones profesionales de 1977. Algunas del ámbito de la segunda transformación, con visión de futuro, acordarán “mutualizar” la gerencia o secretaría de las mismas y además fijar su sede social en Barcelona.

Con ello ALIMENTARIA logrará tener conocimiento directo de la evolución del sector en su vertiente estructural y de reconstrucción, pues son tiempos de aplicación del Código Alimentario, de creación de nuevas RTS, de normas sobre etiquetado de productos y de su calidad y seguridad alimentaria.



Declaración de Calvo Sotelo durante su presencia en ALIMENTARIA 76 sobre intención no cumplida

Incluso de cooperación con el sector comercial, que atraviesa cambios profundos como consecuencia de aparición de las grandes superficies o la aportación de nuevas ideas en materia de promoción comercial de las exportaciones.

FIAB

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Y así mientras no se acaba de crear el tejido asociativo y de fundar su cabeza visible que será la FIAB (1977) Federación de Industrias de la Alimentación y Bebidas, las empresas de AEFA y los expositores de ALIMENTARIA, participarán activamente en la creación y desarrollo de acciones colectivas.

AECOC

Será el caso, por ejemplo, de AECOC (1977) Asociación Española de Codificación Comercial, para la implantación del código de barras, o de PROEXPA (1976; histórica su presencia con un pabellón colectivo, en SIAL 76) para la promoción de exportaciones.

También desde el seno del propio certamen, se implementará el fomento de la transferencia de tecnología, a raíz de las importantes jornadas que durante ALIMENTARIA 78 celebrarán los institutos oficiales de investigación, reunidos en el INCYTA, instituto de institutos, junto a empresas que atesoraban tecnologías transferibles; punto de partida de desarrollo de iniciativas que darían lugar después a dar el salto a América Latina o terminar por crear la feria TECNOALIMENTARIA en 1984, una vez que en anteriores ediciones encuentros internacionales como las sucesivas ediciones de la Reunión Iberoamericana de Ciencia y Tecnología Alimentaria, habían permitido poner en contacto a empresas de ambos continentes, no sólo a nivel privado (se estrecharán relaciones con ALICA Asociación Latinoamericana de Cámaras de Industriales de Alimentos) sino también gubernamental.

5.1

En este sentido, será pionera la labor realizada a través del Instituto de Cooperación Iberoamericana del Ministerio de AAEE del gobierno de España, con objeto de que expertos en alimentación de las empresas españolas asistan a sus homólogas del Pacto Andino en áreas tan necesarias para ambas partes, como la creación de empresas mixtas, intercambio de I+D, gestión de la calidad e incluso desarrollo de normativa alimentaria (en este caso a nivel de organismos oficiales de distintos países e incluso áreas supranacionales como sería La Junta del Acuerdo de Cartagena).



Semblanza de trajes regionales de países de ALICA y de España



Miembros de la Misión de PROEXPA con el equipo culinario del Hotel Sheraton en Santiago de Chile

La Promotora de Exportación Alimentaria (PROEXPA) tuvo su origen en iniciativas empresariales similares a las que crearon AEFA y AED, pero en este caso, para cubrir una carencia existente en materia de servicios a la exportación, que pudieran prestarse de forma mancomunada, para empresas marquistas, en especial del sector de segunda transformación.

Sus fundadores que gozaron del apoyo de la organización de ALIMENTARIA habían podido enviar a uno de sus ejecutivos a realizar sendos *stage* en las sedes de Sopexa y CMA, por aquellas fechas entidades modélicas en la promoción de las exportaciones de sus empresas alimentarias, siendo además ambas entidades gubernamentales en sus respectivos países, Francia y Alemania.

Con ese bagaje de conocimiento, las primeras

empresas asociadas, viendo que no se llegaba a tiempo de preparar un plan comercial a desarrollar en ALIMENTARIA 76, pidieron a su organización apoyo logístico para estrenarse en SIAL 76 de París en otoño de ese mismo año, con la inédita característica de que lo harían fuera del Pabellón oficial que representaba a España.

Entre la experiencia exportadora de la mayoría de las empresas participantes (pese a que alguna se iniciaba en esa tarea, por ejemplo, PAIDO que causó sensación con su arroz con leche, en conserva) y el apoyo de ALIMENTARIA en temas de montaje del pabellón y promoción para la captación de jefes de compras de importantes cadenas europeas de supermercados. El éxito de la iniciativa fue rotundo; no sin crear cierto malestar en los organizadores del Pabellón oficial que no lograrían los mismos objetivos.



PROEXPA seguiría después organizando la presencia de sus asociados exportadores en ferias como la *Food Fair* de Dinamarca y en misiones comerciales patrocinadas por el Ministerio de Comercio a países de Latam y Oriente Medio, con independencia de prestar a la organización ALIMENTARIA cooperación al disponer de una importante fuente de información y contactos, recabada de acciones como las citadas, que facilitará captar visitantes compradores, para las sucesivas ediciones.

Jorge Jordana¹



ALIMENTARIA y el nacimiento de la industria alimentaria española

Aunque **ALIMENTARIA**, Salón Internacional de Alimentación, fue uno de los primeros logros y desencadenante de otros muchos, la puesta en escena del sector alimentario español se inició algunos años antes, por un grupo de personas destacadas del sector sobre las que actuó, como impulsor, Miguel Escobar; persona cuyo nombre se reiterará en esta historia.

Como otros contarán mejor, en su calidad de delegado del INDIME en Barcelona, fue capaz de reunir a los líderes del sector en los años 70. El franquismo declinaba, el crecimiento económico se estaba produciendo consolidando una nación más rica y mejor formada y se perfilaba una evolución política hacia la democracia; idea que necesitaba ser apoyada desde la sociedad civil liberal.

Nace así en Barcelona una asociación de personas, que se admite según la Ley de Asociaciones de 1964, llamada Asociación Empresarial para el Fomento Alimentario (AEFA) compuesta, a título personal, por destacados profesionales de esta industria y, entre ellos, Federico Riera-Marsá, Lluís Carulla, Ignacio Ferrero, Ramon Massip, Rafael Sarandeses, Francisco Sensat, Ricardo Fuster, Enric Nomen,... y Alfons Bonmatí como secretario general. De forma simétrica se constituye la Asociación de Estudios para la Distribución (AED), igualmente acogida a la misma Ley y también con personas a título individual. Entre ellos Luis Maria Sastre, Jose Saperas, Pere Carbó, Sebastián Salvadó,...

Miguel Escobar, que actuaba en la AED de vicepresidente ejecutivo, inició las gestiones con AEFA, para desprender la parte de alimentación de la Feria barcelonesa de junio, y hacer un Salón Específico sobre el sector alimentario español; idea inmediatamente apoyada por ambos colectivos ante las autoridades nacionales (Ministerio de Comercio)

que era la competente en la ordenación de las manifestaciones feriales.

AEFA fue el primer motor del sector industrial, no solo por **ALIMENTARIA**. Yo ejercía de asesor económico del ministro de agricultura por mi doble titulación (Ing. Agrónomo y Economista), lo que me llevaba a tener relaciones directas con todo el mundo empresarial. Conocía el sector de alimentación de la Feria de Junio, que permitía visualizar la potencia creciente de la industria alimentaria y supe de las gestiones para la creación del Salón Internacional de la Alimentación, **ALIMENTARIA 76**, que también visité.

Ese mismo año recibo la visita de Federico Riera-Marsá, Jaume Tomás Sabaté, Ignacio Ferrero Jordi, Ramon Massip Arguilaga y Rafael Sarandeses Arias, máximo ejecutivos de Industrias Riera-Marsá, Gallina Blanca, Nutrexpa, Nestle y Starlux, y me ofrecen crear una organización que agrupe a toda la industria alimentaria. Ello significaba mi excedencia como funcionario, para desarrollar un proyecto del que no había antecedente en España, pues todas las múltiples asociaciones sectoriales, en donde existían, dependían del Ministerio de Relaciones Sindicales, compuesto por los sindicatos verticales de rama agraria, del que dependían las agrupaciones industriales.

Los empresarios de AEFA buscaban aunar a toda la industria para facilitar un entorno mejor, trabajando conjuntamente, mientras, el propio ministro del que yo dependía (Fernando Abril), veía la necesidad de que se crearan organizaciones fuertes en la sociedad civil, especialmente empresariales, que equilibraran la presencia de los dos sindicatos libres que ya actuaban al margen del oficialismo (Comisiones Obreras y USO), y que impidieran que el movimiento empresarial se constituyera como una mera transposición del sindicalismo vertical².

Aceptada la encomienda, comencé los trabajos

1- Secretario Gral de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (1977-2010). Vicepresidente de ALIMENTARIA (1978-2010).
2- De hecho, el primer secretario general y luego presidente de la CEOE provino del oficialismo sindical.

enfocados a definir y consolidar una organización representativa. Inicialmente hubo que definir el modelo de organización más adecuado (en los países europeos había modelos muy dispares, p.ej. el francés llevaba activo desde 1843) e ir incorporando las organizaciones sectoriales existentes, ya desprendidas del sindicato vertical y las que se iban creando nuevas, pues AEFA encargó a Alfons Bonmati i Berenguer la creación de organizaciones en aquellos sectores que no las tenían (derivados de cacao, caramelos, bollería,...).

La Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) estaba lista para constituirse en el mismo año en que se promulgó la nueva Ley de Organizaciones Sindicales: 1977, incorporándose a la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), como la más importante de las sectoriales, lo que llevó a nuestro presidente, Federico Riera-Marsá a ser vicepresidente de la Confederación, que presidía Carlos Ferrer Salat.

Ya constituida hubo que ir completando el entorno de la industria, considerándolo dentro de un sistema alimentario en el que la distribución comercial, representada por la AED, tenía un rol decisivo.

ALIMENTARIA era una parte importante de él, sin duda la más relevante, pero no la única. Por ejemplo. Desde su seno, Mario Cañizal había empezado a dar los primeros pasos para que se pudiera ir introduciendo, de forma ordenada, el “Código de Barras” como comunicación futura entre los productores de bienes (AEFA) y sus vendedores al público (AED).

Federico Riera-Marsá me reunió para concretar la creación de otra organización, no sectorial sino de empresas individuales, para, en principio, gestionar ese código, pero definiéndola también como el futuro campo de contacto, discusión y conciliación entre los posibles conflictos que pudieran darse entre sus empresas constituyentes. De esa forma, actuando yo de amanuense, fuimos redactando los Estatutos de la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC)³.

Pero las características del sector industrial alimentario impedían que se tuviera una imagen real de su importancia social y económica. En aquellos años se censaban 70.000 establecimientos comerciales, con una atomización evidente y con una creación de nuevas asociaciones tan exitosa que muchos emprendedores querían tener “la suya”, lo que debilitaba al sector⁴.

Tampoco ayudaba el que las competencias de las administraciones públicas sobre el sector estuvieran dispersas en cuatro ministerios diferentes (Agricultura, Industria, Comercio y Transporte, en donde, se encontraba tanto la industria pesquera como la marina mercante).

En este sentido la FIAB con la imprescindible complicidad del ministro Jaime Lamo de Espinosa, logramos que se creara en el Ministerio de Agricultura una única dirección con todas las competencias sobre la industria alimentaria⁵; dirección que también apoyó la continuidad de los salones **ALIMENTARIA**, especialmente cuando esa Dirección General la ostentó Ismael Díaz Yubero.

Necesitábamos una visualización de nuestro “potencial” económico y, parodiando al Cardenal Cisneros, **ALIMENTARIA**, Salón Internacional de Alimentación, fue para la FIAB, “el batallón de artillería que mostró a la nobleza castellana cuando le exigieron la legitimidad de su regencia: “¡Estos son mis poderes!”

Y por eso nos empeñamos en que su inauguración bienal fuera realizada por las más altas autoridades del Estado, invitando su visita a los miembros de los gobiernos más concernidos por el sector, así como a los diputados de las Cámaras Parlamentarias y otras autoridades territoriales.

Otros contarán el compromiso de la industria alimentaria, a través de la AEFA, en el nacimiento de la primera **ALIMENTARIA**, pero ya en 1977 la FIAB tomó el acuerdo de comprometerse exclusivamente con este certamen, como feria institucional del sector, resistiendo los cantos de sirena de otras instituciones feriales que pretendían organizar también certámenes alimentarios. Esa entrega del sector a **ALIMENTARIA** motivó que incluso acabáramos actuando en su propia organización.

Más adelante, Miguel Escobar, el impulsor de todo el movimiento ferial alimentario con Fira Barcelona, nos propuso crear una asociación con el exclusivo propósito de organizarla, siendo también titulares de la denominación. Nació así PROSEMA (Promotora de Servicios y Manifestaciones Alimentarias), fundada por la FIAB, la Federación Nacional de Empresarios de Pastelería, la *Unió de Flequers* y la AED.

La primera junta fue presidida por Francesc d'Assis Baixas Codina, con la vicepresidencia de Federico Riera Marsá y la vicepresidencia ejecutiva de Miguel

3- Años después, en 1982, cuando la Comunidad Económica Europea (así se denominaba entonces) introdujo a presión de los consumeristas alemanes la absurda obligación de etiquetar una fecha de “consumo preferente”, Federico Riera-Marsá vio inmediatamente que eso iba a generar un despilfarro absurdo de alimentos, dictándome de nuevo, yo de amanuense, los estatutos del primer Banco de Alimentos creado en España.

4- Por ejemplo, hubo un momento en que hubo cuatro asociaciones con empresas de pastas alimenticias; fenómeno observable en otros muchos sectores.

5- Dirección General suprimida hace tres años, sin ninguna oposición y sin ninguna lógica, por el actual titular Luis Planas

Escobar. A los pocos meses se retiraron los Sres. Baixas y Riera-Marsá. Igualmente la abandonó la AED, pues por su estructura personal presentaba problemas de responsabilidad jurídica, quedando de presidente Francisco Sensat Alemany, yo como vicepresidente primero, Salvador Santos Campano como vicepresidente segundo y dirigida por Miguel Escobar. Como la presencia de la distribución era necesaria se creó un “Comité Organizador de Alimentaria”, con amplia representación de la distribución y de la industria, que iba implementando las modificaciones a introducir y las correcciones necesarias. Para ello se tenía una primera reunión apenas dos meses después de finalizar un certamen.

PROSEMA, ahora, como responsable de la organización del certamen contó con Julia Orensanz, Mario Cañizal, Emilio Lapuerta y tantos y tantos excelentes profesionales que lograron convertir a **ALIMENTARIA** en la mayor feria económica de España; tema que no pasó inadvertido, a nivel europeo, para las empresas multinacionales organizadoras de grandes eventos, en especial ferias de alimentación, de las que Blenheim fue la más interesada en adquirir a Prosema, los derechos de organización de **ALIMENTARIA** en 1993.

Con el tiempo, varias operaciones de M&A harían que finalmente Reed Exhibitions y Fira de Barcelona se hicieran con el control el certamen desapareciendo la influencia de FIAB en su comité organizador, cuyos vocales serían nombrados por Fira, de acuerdo con sus propios criterios.

Por esas fechas la FIAB ya había desarrollado una gran labor ante la sociedad española. Relataré algunas: En 1981, tras participar en el Comité de Crisis creado ante el Síndrome Tóxico, propusimos la creación de la Red de Alerta Alimentaria, que se reguló por decreto en 1982, siendo el primer país del mundo en implementarla, y copiada por la Unión Europea tras nuestro ingreso; en 1984 participamos en la elaboración de la Ley de la Ciencia que además de crear los planes nacionales de I+D, con un grupo agroalimentario, permitió la creación de centros sectoriales nacionales, fundando la FIAB Cecopesca y el Centro Nacional de Tecnologías y Seguridad Alimentarias, con sede central en Navarra, que en 2026 ya es el mayor de España.

En 1986 propusimos y conseguimos la creación

de la licenciatura en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, hoy impartida por más de 30 Universidades; fuimos el primer país europeo en introducir el sistema preventivo en seguridad alimentaria basado en el HACCP; constituimos Ecoembalajes de España (ECOEMBES) cuya primera andadura estuvo muy dirigida por la FIAB; creamos la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESAs), introduciendo en su Consejo de Dirección a un representante de la industria Alimentaria y otro de los consumidores.

En 1996 impulsamos la promulgación de la Ley de Comercio (LORCOMIN); desarrollamos la Estrategia NAOS y el Código de Autorregulación de la Publicidad (PAOS); Firmamos con la distribución (ASEDAS) el primer Código de Buenas Prácticas.

Mientras FIAB desarrollaba las actividades citadas, tampoco la AEFA estuvo parada e impulsó el objetivo de obtener el reconocimiento de la Dieta Mediterránea como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Para ello crearon una Asociación Dieta Mediterránea, que posteriormente, al ganar tamaño, se transformó en la Fundación Dieta Mediterránea. Por su carácter científico fue (y está) presidida por el Catedrático LLuis Serra Majem, actuando como vicepresidente ejecutivo Francisco Sensat. Con la implicación de la Administración española⁶ se logró que los cuatro países consorciados (junto con España, Italia, Grecia y Marruecos) delegaran la gestión en la Fundación española, alcanzándose el reconocimiento en 2013.

Soy consciente de que he sido prolijo y que me he ido más allá de lo que en principio se me pedía, pero solo he querido enfatizar que en las sociedades avanzadas los sucesos suelen estar encadenados y los momentos de reconocimiento que alcanzó la industria alimentaria española, no hubieran sido posibles sin el compromiso de centenares de excelentes profesionales que, de una manera frecuentemente altruista, colaboraron en la mejora del entorno, pero tampoco hubiera sido posible sin ese empuje inicial de un grupo de emprendedores en Cataluña y sin la creación de una exposición ante la sociedad, como cada dos años, mostraba **ALIMENTARIA**, Salón Internacional de Alimentación, que, en cada certamen, solo tenía un defecto: ser inferior a la que sucedería dos años después.

6- Especialmente de la Directora General de Industria Alimentaria Isabel Bombal, auténtica artífice, junto con Francisco Sensat, de este importantísimo logro para la exportación española; reconocimientos que nadie, públicamente, los ha expresado.

Federico Riera Marsá: el arte de construir industria y representar un sector



Algunos de los que tuvimos ocasión de tratarle destacaríamos en él una cualidad poco frecuente en el mundo empresarial: la sabiduría de la moderación.

Inició su trayectoria en la compleja España de los años cuarenta, cuando supo desenvolverse en

un entorno económico fuertemente intervenido y establecer relaciones con los ministros de la autarquía, no sin fajarse con ellos, que le permitieron obtener licencias de importación decisivas para el nacimiento de nuevas actividades dentro de la industria alimentaria.

Aquella visión inicial se reforzó con su capacidad para buscar en EEUU alianzas empresariales que le permitieran incorporar tecnología y métodos organizativos a sus iniciativas: siempre con una mentalidad abierta que resultaría determinante en el desarrollo posterior del mercado alimentario español.

Con la experiencia acumulada durante las décadas de los cincuenta y sesenta, dio en los años setenta

un paso decisivo hacia la representación institucional del sector. Allí donde asumió responsabilidades, ejerció una defensa firme y constante de los intereses de la industria alimentaria, convencido de que su modernización exigía estructuras sólidas de interlocución y colaboración.

Participó activamente en la creación de organizaciones que marcarían el futuro del sector, primero desde AEFA, después en FIAB y AECOC, además de presidir **ALIMENTARIA** y respaldar la creación de PROSEMA desde la vicepresidencia que representaba los intereses de la industria alimentaria.

Supo atisbar, en los noventa, la explosión de la restauración colectiva e impulsar empresas regionales a unirse para construir un grupo nacional que, en la actualidad, es líder indiscutible en ese sector.

En la etapa final de su vida profesional mantuvo intacto su compromiso colectivo al asumir la presidencia del Banco de Alimentos de Barcelona y posteriormente de la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), prolongando así una trayectoria guiada por la iniciativa empresarial, el sentido institucional y una defensa leal y perseverante del sector alimentario español.

M.C.

5.2 Renovación y dinamización del comercio y distribución alimentaria

La reforma de estructuras comerciales y “Todo para El Comerciante”

Planificar un certamen desde el punto de vista de la demanda, tenía como premisa básica que la misma estuviera debidamente organizada. No era el caso de la distribución y comercio alimentario de aquel momento en que ALIMENTARIA 76 iniciaba su promoción y desarrollo, puesto que como consecuencia del régimen autárquico de la economía española apenas regían los principios de la economía de libre mercado, lo cual provocaba tensiones inflacionistas, circuitos largos de comercialización, con excesivos intermediarios y un comercio detallista minifundista.

Un sector que debía atenerse a unas normas estrictas en materia de disciplina de abastecimiento y precios cuya alteración podía suponerles sanciones económicas e incluso la cárcel. En 1975 llegaron a abrirse 15.800 expedientes a empresas, por motivos, entre otros, como los citados.

Miembros Agregados	
AUTOSERVICIOS	LA GOLONDRINA
AUTOSERVICIOS	MESTRES
AUTOSERVICIOS	PRAT
AUTOSERVICIOS	ROCA
SUPERDESCUENTO	1-2-3
SUPERMERCADOS	6-S.A.
SUPERMERCADOS	ANDRES
SUPERMERCADOS	CAPRABO, S.A.
SUPERMERCADOS	EL TIBURON
SUPERMERCADOS	HAGANES-VILAPLANA
SUPERMERCADOS	REDON
SUPERMERCADOS	SORLI
SUPERMERCADOS	PLANES BONES (VICH)

Grupo de Cadenas de Supermercados afiliados a AED

Eran años de la CAT, de la creación de mercos y mercas para la comercialización de perecederos, del intento de crear canales paralelos con los supers de CABSA y donde, precisamente en 1975, llegó a haber tres titulares, tres, del Ministerio de Comercio; Fernández Cuesta que firmaría la autorización de la celebración de ALIMENTARIA 76, Cerón Ayuso su publicación en el BOE y Calvo Sotelo que asistiría a su inauguración, ya en 1976.

Sin embargo, gracias a una serie de empresas y sus directivos, la mayor parte ubicados en Catalunya,

la distribución alimentaria (algunos, segunda generación de almacenistas tradicionales) asume el reto del cambio y comienzan a asociarse con otros del estado español, para crear cadenas voluntarias con los detallistas más avezados, algunos de los cuales incluso comulgaron con las técnicas del autoservicio llegando a crear las primeras cadenas de supermercados, potentes en su natural y nativo mercado.

Parte de esas empresas y directivos, vista la carencia de estructuras asociativas operativas, serán los que crearán la AED (Asociación de Estudios para la Distribución) lo cual irá muy bien al flamante IRESCO (1974), Instituto de Estudios para la Reforma de las Estructuras Comerciales del Ministerio de Comercio, para confiarle la ejecución de planes formación (como anécdota, algunos cursos se darán en la sala de protocolo de FOIM) y estudios, así como apoyarla en la organización de los primeros Congresos de la Distribución Comercial, tanto a nivel estatal como de Catalunya (1979).



Folleto de AED sobre actividades patrocinadas por IRESCO



Congreso Español de la Distribución Comercial (San Sebastián, 1969)

IRESCO, dirigido por Manuel de Hermenegildo, usará la plataforma de ALIMENTARIA 76 para dar a



conocer sus programas de actuación y celebrar reuniones con directivos de cadenas voluntarias y supermercados en las que intervendrán profesores invitados de las universidades de Denver y Berkeley expertos en *retailing*.

Pero donde la AED, como la AEFA, jugará un papel más importante aún será en la co-fundación de AECOC después del seguimiento de los contactos abiertos, con la celebración de ALIMENTARIA 76, tras la conferencia dada por el profesor Rist de la Universidad de Denver (Colorado) al informar sobre supermercados que ya trabajaban en EEUU, con TPV y lectores de código de barras en las cajas de salida.



Contactos desde Barcelona con el (FMI) *Food Marketing Institute* norteamericano y la *Universal Product Code* (UPC), organización que estaba estudiando la codificación universal de los productos de consumo, orientaron a la organización de ALIMENTARIA hacia su ente colaborador en Bruselas: la EAN (*European Article Number*), donde estaban trabajando intensamente las principales cadenas de supermercados de Holanda (Ahold) Reino Unido (Tesco) o Francia (Champion) y en

LA VANGUARDIA • BARCELONA • 8 ABRIL 1978 19

cajeras con 4 brazos, para supermercados

A primera vista, el Sistema para Supermercados IBM 3660 puede parecer simplemente un sustituto de la caja registradora convencional que permite además a la caja disponer libremente de sus manos para el movimiento y empaquetado de los mercancías. Eso es justo, sin duda, a que por su tamaño y estructura modular, el Sistema IBM 3660 se adapta perfectamente a los requisitos de salida de las cajas actuales y fácilmente puede confundirse con ellas.

Pero ahí acaba todo parecido. El hecho de que la caja no tenga sus manos sujetas al teclado de la máquina y pueda colaborar activamente en la labor de empaquetado, es la mejor de sus ventajas y puramente anecdóticas.

El Sistema para Supermercados IBM 3660, identifica automáticamente cada uno de los artículos adquiridos e imprime un recibo para el cliente que contiene la descripción y el precio de las compras efectuadas. Registra los cambios de precio con una simple anotación; controla instantáneamente el movimiento de artículos; establece permanentemente los stocks de almacén; formula la regulación de pedidos; orienta sobre la tendencia de la demanda y puede facilitar información de todo tipo, venar e inmediata, sobre 22.000 artículos diferentes. Además, realiza archivo de caja incluyendo efectivo, cheques, cupones de tienda y cupones de proveedores.

Aunque las mejoras de rentabilidad, producción y servicio, derivadas de su empleo, son evidentes, le invitamos a presenciar las demostraciones en nuestro Stand de Alimentaria 76 o a dirigirse a la Oficina IBM más cercana a su localidad, donde le facilitaremos más amplia información sobre nuestro Sistema para Supermercados IBM 3660.

IBM
División Procesos de Datos

alimentaria 76
Barcelona 8/14 abril - Stands 256 al 260 - Palacio n.º 1 del Recinto Ferial

Primeras TPV de IBM

la que participaban también expertos españoles ligados a la AED¹.

Con carácter rotatorio será AED quien ostentará en primer lugar, la Secretaría general de AECOC (que ocupará Mario Cañizal, relevándole después Alfonso Bonmatí, secretario general de AEFA). Ambas entidades programarán para la siguiente edición del certamen, en 1978, un ambicioso programa de jornadas internacionales, en las que estarán presentes entidades afines a la nueva asociación mixta, tales como la GEN-COD francesa y por supuesto la EAN con su presidente a la cabeza, que en aquel momento era el CEO de Ahold² (empresa holandesa que estaba abriendo supermercados en Madrid).



Alfonso Bonmatí Berenguer

La labor de ALIMENTARIA 76 no se ciñó solo a contribuir al fomento del cambio de las estructuras comerciales, en su vertiente *soft*, sino también en

1- Hay que destacar especialmente a los integrantes del CETED (Centro de Estudios para la Distribución) que pese a su distinta procedencia (prensa profesional, universidad, sector de la franquicia, comercio detallista...) terminarían influyendo sobre manera en lo que se denominó "distribución moderna". Nombres como los de Pere Carbonell, Jose R. Santaolalla, Miguel de Haro o Alvaro Ortiz de Zárate, serán firmes puntales de su creación.

2- Albert Heijn abriría sus locales en España, con la enseña Cada Día.

RENTABILIDAD DE ESTRUCTURAS COMERCIALES	EL LENGUAJE Y LA CODIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS
Presidente: Luis M.ª Sastre Virumbrales (Asesor Comité Español AIDA). Secretario: J. R. Santolalla (Miembro de Asociación Internacional de Autoservicio). Vocales: Manuel Alba (Secretario General CETED), Pedro Carbonell (Agrupación de Comercio Asociado).	Presidente: Luis M.ª Sastre Virumbrales (Presidente AECOC). Secretario: Federico Riera Marsá (Vicepresidente AECOC). Vocales: Pedro Carbonell (Presidente CETED), Fernando Miot (Director GENCOD), Mario Cañizal (Secretario General AECOC).
J. R. Santolalla	J. R. Santolalla
"Estructuras mayoristas: la distribución física y su logística" — Experiencia AHOLD (Holanda). — Experiencia SOUTH LAND (USA). — Experiencia SAD (España). "Estructuras detallistas: chequeo a la tienda de proximidad" — La solución REWE. — La tienda de comodidad en Suecia. — El Convenience-Store (USA). "La formación del personal en las empresas de distribución" — El caso de Gasmater (RFA). — El caso de COOP y MERRUE (Suiza). — El caso de España".	"El lenguaje como medio de mejorar las relaciones industria-distribución" , por F. Miot y T. Angue (GENCOD). "La codificación de los productos. Su técnica, su utilidad y perspectiva futura" , por A. Laplane (Director de ESTAC). Exposición práctica sobre "La aplicación de la codificación en una cadena de almacenes". Exposición práctica sobre "La utilización del lenguaje en la industria". Exposición práctica sobre "Experiencias del lenguaje y la codificación en la gestión de almacén". El profesor José R. Santolalla fijará la planificación a seguir en lenguaje y codificación a través de la AECOC para España.

Jornadas de Distribución en ALIMENTARIA 78

la *hard*, interesándose por aglutinar, en torno al certamen (tenía en el punto de mira el éxito de la EUROSHOP de Dusseldorf) a las empresas proveedoras de equipamiento comercial, incluyendo sobre todo la emergente oferta de frío comercial, tanto para la logística, distribución física y los almacenes, como para el punto de venta.

Actuaciones como las ligadas al IRESO o AECOC permitieron que, las empresas de equipamiento de almacenes (se estaban abriendo los primeros *cash&carry*) y de punto de venta, las aprovecharan para crear ANEQUIP, la asociación nacional de empresas de equipamiento comercial, que se convertiría en serio yacimiento para captación de expositores, para las siguientes ediciones de ALIMENTARIA y fortalecimiento del objetivo "todo para el comerciante".

ANEQUIP llegaría a ser el pilar de un vano intento de crear una feria monográfica de equipamiento comercial, a modo de EUROSHOP en la FOIM, la cual sería sede de EQUIPAL en 1987. Tras resultados no satisfactorios, el sector volvería a alojarse en las siguientes ediciones de ALIMENTARIA.

Como colofón, destacar lo que ALIMENTARIA 76, o desde dicho Salón, se hizo por el comercio detallista español además de lo citado: el certamen sería sede en la edición de 1978³ de la creación FENADA (Federación Española de Detallistas de Alimentación) y junto a AED y AECOC contribuyó a un mayor



Lluís Carulla recibe al Ministro García Díez en presencia de Adrián Piera en ALIMENTARIA78

nivel de integración comercial en el sector, logrando así desde el punto de vista del visitante comprador, mayor satisfacción de las empresas expositoras; testigos directos de la necesaria transición, desde el pedido del cliente capilar al del jefe de compras de las empresas del comercio asociado y organizaciones sucursalistas y más tarde, de las super centrales de compras que se crearían en los años ochenta.

3- De nuevo se montó un supermercado, en el seno de la feria; esta vez dirigido a los detallistas, con el fin de que pudieran ver en vivo y en directo, el funcionamiento en las cajas de salida de las primeras TPV que se instalaban en superficies comerciales de alimentación.

Ramón Castelltort Tarrida



Evolución, Logros y Perspectivas de ALIMENTARIA 76

LOS INICIOS DE LA ACTIVIDAD FERIA EN BARCELONA

En 1942, Barcelona retomó la organización de ferias en un contexto económico y político complejo. Tanto el Ayuntamiento como la Cámara de Comercio vieron en la Feria de Muestras de Barcelona una gran oportunidad, ya que la feria se convirtió en un acontecimiento social relevante donde se dieron a conocer innovaciones de todo tipo.

LA CONSOLIDACIÓN DE ALIMENTARIA

Fira de Barcelona, como entidad organizadora, impulsó diversas ferias especializadas en salones monográficos. Entre todas ellas, ALIMENTARIA, fundada en 1976, destacó por su crecimiento y proyección internacional, manteniéndose vigente hasta hoy con grandes perspectivas para el futuro.

Los fundadores de Alimentaria dedicaron grandes esfuerzos a poner en marcha el evento, aunque ya existían antecedentes en la Feria de Muestras de Barcelona, donde en los años 60-70 los fabricantes de alimentación mostraban sus productos. Profesionales y familias acudían, y era habitual que los visitantes regresaran a casa con bolsas llenas de muestras obsequiadas por los fabricantes, un recuerdo entrañable de la adolescencia de muchos.

PIONEROS EN LA COLABORACIÓN PROFESIONAL

Sin embargo, existía una necesidad: exponer ideas y redactar iniciativas de funcionamiento que coordinaran a fabricantes y distribuidores desde una perspectiva plenamente profesional. Se trataba de superar el desconocimiento mutuo y, a través de acuerdos, aportar valor añadido para ambas partes.

Tuve el honor de participar en el Consejo Económico y Social de Cataluña entre 1975 y 1978, lo que me dejó buenos recuerdos y resultados satisfactorios.

Desde ahí, promovimos una mayor transparencia y comunicación, objetivo que considero alcanzado.

ALGUNOS RESULTADOS DE LA EXPERIENCIA EN ALIMENTARIA

La verdadera aportación de ALIMENTARIA se evidenció cuando las ideas, iniciativas y acuerdos entre fabricantes y distribuidores empezaron a materializarse, siguiendo ejemplos que ya existían en países como Estados Unidos y Francia.

Durante las reuniones iniciales, se establecieron principios y acuerdos que fueron fundamentales:

- El consumidor como centro: "Sólo existe un cliente: el consumidor final. Y sólo repetirá su compra si su experiencia en la atención recibida y la relación calidad-precio han sido muy satisfactorias. Si el cliente no vuelve, desaparecerán el fabricante y el distribuidor."
 - Se acordó la importancia de conocer al cliente y sus hábitos, de cuidar su experiencia, y de que tanto fabricantes como distribuidores debían hablar directamente con él.
- Negociación colaborativa: En la negociación de condiciones, no debía haber ni vencedores ni vencidos.
 - Se estableció un pacto continuo en pedidos y promociones.
- Gestión del margen y *stock*: El margen final de un producto es la suma del margen del fabricante y del distribuidor; si no se vende, no hay margen para nadie.
 - Por ello, se acordó gestionar de forma conjunta sobrantes, roturas y diferencias de inventario.
- Logística eficiente: Se identificó la logística como clave del éxito en la gestión de stocks.

Opinión (cont.)

- Se acordó eliminar errores y servir todo en cajas, palets y camiones bajo estándares europeos y simplificando la documentación.

Estos logros, fruto de la colaboración entre fabricantes y distribuidores, fueron posibles gracias al impulso inicial y la continuidad de ALIMENTARIA. Aunque hoy puedan parecer lógicos, en su momento fueron innovadores.

RECONOCIMIENTO Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

Espero haber aportado mi grano de arena sobre cómo Alimentaria ha contribuido a mejorar la fabricación, comercialización y distribución final de productos.

Felicito a los que fueron los fundadores de ALIMENTARIA por el 50 aniversario que se celebra en 2026 y a los actuales dirigentes por asegurar su continuidad. Todo ello no habría sido posible sin la implicación de quienes, en 1976, pusieron en marcha el proyecto.

Para concluir, aunque cuando fabricantes y distribuidores éramos muy jóvenes y teníamos poca experiencia en llegar a acuerdos, la voluntad de trabajar duro y el consejo de los fundadores de ALIMENTARIA compensaron nuestras carencias.

Gracias a ellos, hoy ALIMENTARIA sigue siendo una referencia mundial en el sector ferial.

Opinión

Mark Granfar¹



Mis Recuerdos de los Primeros Años de ALIMENTARIA

En 1976 yo tenía **menos de 25 años**. Acababa de regresar a España tras completar mis estudios en Estados Unidos, donde me formé como **ingeniero y economista**, lleno de ilusión y con ganas de emprender. Por aquel entonces era el **gerente de una empresa de sistemas de promoción del punto de venta en supermercados**, un ámbito que comenzaba a transformarse con la modernización del comercio y la expansión de las grandes superficies. Aquella empresa se convertiría más adelante en **Samark, S.A.**, dedicada al **equipamiento comercial**, y que sigue activa hasta el día de hoy sirviendo al sector con la misma vocación de innovación y servicio que la vio nacer.

Fue también en ese mismo momento cuando se gestaba **ALIMENTARIA**, la gran feria de la alimentación que transformaría el sector y abriría una nueva etapa para la industria española. Recuerdo con claridad el ambiente de entusiasmo y cooperación

que rodeaba sus inicios. España estaba experimentando una profunda transformación económica, y el sector alimentario necesitaba una plataforma que uniera a la industria, la distribución, la tecnología, el comercio y los servicios.

Tuve el privilegio de vivir aquellos años desde dentro, tanto como empresario como en mi papel de **presidente de ANEQUIP**, la Asociación de Equipamiento Comercial en España. Y lo que más me marcó fue la **capacidad visionaria de Miguel Escobar**, vicepresidente ejecutivo de la feria, y de su equipo, que supieron integrar a todo el sector alimentario —desde el frío industrial y el equipamiento hasta los distintos sectores de producción y distribución— bajo una misma visión.

EL ESPÍRITU DE LOS PIONEROS

Miguel Escobar, junto con Mario Cañizal y otros emprendedores del momento, tuvieron una cualidad excepcional: **la de unir**. En una época en que las asociaciones y organizaciones sectoriales aún eran

1- CEO de Promolux y Econofrost.

incipientes. Consiguieron algo extraordinario: que cada empresa, cada asociación y cada profesional **se sintiera cofundador de ALIMENTARIA**.

Los organizadores de Alimentaria no solo contribuyeron al éxito del evento; **organizaron un sector**. Crearon el marco en el que las asociaciones profesionales alzaron su voz, impulsaron la cooperación entre los distintos actores de la cadena alimentaria y generaron un sentimiento de pertenencia y propósito común. Muchos de los que participamos entonces seguimos sintiéndonos parte de esa historia porque, más allá de los pabellones, los stands y las cifras, lo que se construyó fue un espíritu de **colaboración, innovación y visión compartida**.

Recuerdo con especial afecto la primera edición de **ALIMENTARIA 76**, celebrada en Barcelona, que superó todas las expectativas: más de 1.500 expositores y más de 300.000 visitantes. Pero más que los números, lo que definió aquella experiencia fue la sensación de estar participando en algo que iba a perdurar. La feria no fue solo un escaparate comercial, sino un **punto de encuentro entre la industria, el comercio y la creatividad**, un lugar donde nacieron ideas, asociaciones y colaboraciones que transformaron el panorama alimentario español e internacional.

UNA TRAYECTORIA FORJADA EN AQUELLA EXPERIENCIA

Aquellos años iniciales marcaron profundamente mi trayectoria profesional. Aprendí que el progreso se construye **sumando esfuerzos** y que los grandes proyectos nacen del deseo de **crear algo útil y duradero** para los demás. Esa convicción me acompañó en cada etapa posterior de mi vida profesional.

Con el tiempo, mi carrera me llevó a trabajar y establecerme en **Canadá y Estados Unidos**, donde fundé nuevas empresas en el ámbito del **equipoamiento y la iluminación comercial**. Entre ellas,

Promolux y Econofrost ambas dedicadas a ofrecer soluciones tecnológicas para la presentación y conservación de alimentos en supermercados. Estas empresas, con más de **cuatro décadas de actividad internacional**, reflejan la misma filosofía que inspiró aquellos primeros años: mejorar el sector a través de la innovación, la sostenibilidad y el servicio al cliente.

A lo largo de estos más de cuarenta años, he tenido la oportunidad de trabajar en numerosos países, colaborando con profesionales y cadenas de distribución de todo el mundo. Y en cada proyecto, en cada feria o exposición internacional, no puedo evitar recordar mis comienzos en aquella primera ALIMENTARIA, donde comprendí que **el éxito de un sector depende de su capacidad para cooperar, aprender y evolucionar juntos**.

EL LEGADO DE UNA VISIÓN COMPARTIDA

Hoy, casi medio siglo después, ALIMENTARIA sigue siendo un referente internacional. Su historia es también la historia del desarrollo de toda una industria y de una generación de profesionales que creyeron en el poder de las ideas compartidas.

Para mí, haber formado parte de ese nacimiento es motivo de orgullo y gratitud. Fue un tiempo en que la visión, la generosidad y la cooperación dieron fruto a algo que trascendió a sus creadores. Y aunque mi camino profesional me llevó lejos geográficamente, **nunca me he sentido lejos de aquel espíritu de colaboración** que caracterizó los orígenes de ALIMENTARIA.

Porque, al final, los proyectos que perduran son los que se construyen con propósito y con generosidad. Y si algo aprendimos entonces, fue que **cuan-do una idea nace del compromiso colectivo, puede convertirse en legado**.

Pere Rafael Sitjar¹



ALIMENTARIA 76: testigo de la introducción del aguacate en España

En 1974, la familia Sitjar decidió dar un paso estratégico: pasar de ser detallistas de frutas y verduras a operar como mayoristas, con el objetivo de ampliar nuestra capacidad de servicio y llegar a un mayor número de clientes.

Aprovechando la celebración de **ALIMENTARIA 76**, presentamos al sector —y especialmente a nuestra red de distribuidores y clientes finales— un producto totalmente novedoso en aquel momento para el mercado español: **el aguacate**.

Este fruto pasó a integrarse en nuestra gama de **frutas y verduras frescas de alta calidad**, reforzando además nuestra especialización en **fruta exótica, de contrastación y variedades premium**.

El camino no fue sencillo. A finales de los años setenta, la **cadena de frío** era prácticamente inexis-

tente: había muy pocos camiones refrigerados y las infraestructuras viarias dificultaban los tiempos de transporte. Un ejemplo ilustrativo: las fresas de Málaga llegaban en avión a Barcelona para evitar las 48 horas de carretera que comprometían su calidad.

Afortunadamente, las sucesivas ediciones de **ALIMENTARIA** empezaron a ofrecernos soluciones innovadoras en **frío industrial y comercial**, lo que permitió que nuestros planes de expansión avanzaran sin las limitaciones estructurales de los inicios.

Nuestro compromiso por la calidad fue firme, y no fuimos los únicos. Profesionales como **Pepita Girbau**, de Frutería Tívoli —muy activa en el Consejo Económico y Social de Catalunya y participante en los grupos de trabajo que impulsaron las primeras ediciones de ALIMENTARIA—, compartían esta visión.

Gracias a esta plataforma comercial, no solo consolidamos relaciones con nuevos clientes, sino que también ampliamos nuestra **cartera de productos premium**.

1- Fundador de CULTIVAR.

El despegue del seafood coincidiendo con las dos primeras ALIMENTARIA¹

El Consejo Económico Social de Cataluña tuvo, entre otros grupos de trabajo, uno denominado Productos del Mar (hoy se llamaría *seafood*) compuesto por directivos del Sindicato de la Pesca de Barcelona y de los gremios de Mayoristas y Detallistas de pescado,

Todos concluían que la comercialización del pescado y marisco atravesaba por problemas derivados de un deficiente transporte desde las zonas de captura, almacenes sin suficiente equipamiento de frío, agravado en el canal detallista que usaba el hielo como conservante de los productos.

Ello suponía que los flujos de comercio entre las capturas en las costas españolas y ciudades como Barcelona fueran escasos, acudiéndose a las de proximidad, salvo incipiente llegada desde Canarias y la costa marroquí (fue la época de la aparición de la gamba yeyé) mientras que la salazón era el principal medio de conservación para larga comercialización.

Ese escenario se modificaría con la realización de la 1ª edición de ALIMENTARIA en 1976, puesto

que si bien los expositores del pescado fresco eran escasos, en cambio sorprendió a la profesión, la oferta de equipamiento de frío, tanto industrial como comercial y que consolidaría la evidencia de un cambio en la edición de 1978, puesto que ya fueron apareciendo fabricantes marquistas de congelado y entre los visitantes, jefes de compras de las primeras cadenas de supermercados como Caprabo, Prat o El Tiburón en lo que se refiere a Barcelona, síntoma inequívoco que los mayoristas del Mercat Central del Peix no sólo suministraban a los puestos de los Mercats Municipals y las pescaderías, sino que emergían nuevos tipos de comercio dotados de modernos equipamientos de frío, como los citados anteriormente.

El cambio que se produjo en 1983 cuando el gremio mayorista se mudó desde la calle Wellington de la ciudad de Barcelona a Mercabarna hizo el resto, profesionalizando (importante la transición del transporte sin a con cámara frigorífica de las furgonetas de sus clientes detallistas) a un colectivo de empresas, en su mayoría familiar, que son uno de los pilares del éxito que poseen eventos tales como la *Global Seafood Marketplace* que se celebra en Barcelona desde 2021.



Mercat del Peix. Mercabarna

¹- Opinión de voz autorizada con puesto en Mercat del Peix.Mercabarna.

5.3 Fortalecimiento de los sectores “aguas arriba”

Oferta de “Todo para el Industrial”

Un nuevo hito sectorial que lograron los convocantes de ALIMENTARIA 76 fue contemplar el contenido del certamen de forma integral, de modo que ofreciera soluciones aguas abajo (de la producción a la distribución o como rezaba su lema “todo para el comerciante”) y al lado, las de aguas arriba (todo para el industrial o soluciones de los proveedores de *inputs* y maquinaria para la industria alimentaria, se insiste, en especial la de segunda transformación, tal como deseaba incluir el lema “todo para el industrial”).

Si ya se han comentado aspectos relevantes del *downstream*, toca ahora hacerlo del sector aguas arriba (*upstream*) que necesita toda industria alimentaria para su desarrollo. En el contenido de ALIMENTARIA 76, esa área quedaba circunscrita al esbozo de una oferta de soluciones de tipo horizontal y otras para lo que hoy se denomina “las verticales”; en este caso, soluciones para un sector específico.

De entre las señales de convocatoria que el primer certamen emitió, para las empresas vinculadas a lo citado, destacaremos en temas horizontales los relativos al sector de aditivos alimentarios y al frío industrial, eligiendo para las verticales, los sectores de panadería y pastelería y el sector cárnico.

De “cuestionado a protagonista imprescindible”: Aditivos

En las fechas que se gesta ALIMENTARIA 76, la industria precisaba de soluciones tecnológicas a nivel de desarrollo de producto, puesto que su diseño lo requería no sólo en su fase primaria de preparación de materias primas e ingredientes, sino también en el acompañamiento de las operaciones unitarias elegidas para la producción y en especial para los temas de conservación, se eligiera la gama (de la primera a la quinta) de producto final que fuera.

Parte de las soluciones las ofrecía un desconocido y no bien visto, en algunas instancias, el sector de aditivos alimentarios.

Eran tiempos de redacción y publicación del Código

Alimentario en España, del control higiénico sanitario de los productos o de sus posibles adulteraciones y fraudes, con posible riesgo en la salud de los consumidores, por parte de unos pocos desaprensivos.

La normativa llegaba cuando la química alimentaria (que tan importante rol jugará en el éxito de la cocina creativa de vanguardia de nuestros chefs, en los años noventa) aplicada a los productos de consumo estaba bajo la lupa del regulador en especial de la Subdirección General de Sanidad y del Centro Nacional de Alimentación y Nutrición, en aquel momento dependientes de una DG de Sanidad a su vez incluida en el Ministerio de Gobernación (¡!) ya que hasta 1977, no se crearía el Ministerio de Sanidad.

La organización de ALIMENTARIA 76 tomó contacto con los principales fabricantes de aditivos (algunos eran filiales de multinacionales, sin problemas de reconocimiento de su funcionalidad en otros países europeos) para que expusieran en la feria y además participaran en actividades de promoción y difusión de su presencia en el certamen y en el sector alimentario.

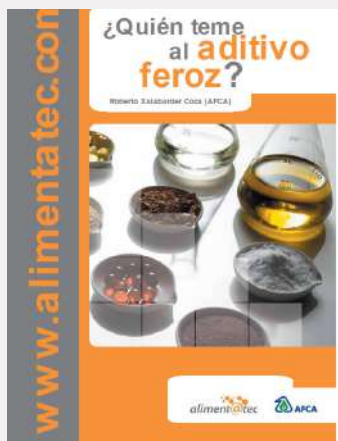


Comentarios periodísticos sobre Aditivos comienzan a aparecer en los medios de gran circulación como El Diario de Barcelona en Marzo de 1976

El éxito acompañó a la iniciativa por doble motivo: la respuesta absoluta del sector de aditivos al hecho de exponer y realizar jornadas profesionales y en especial a algo inédito y hasta inaudito: participar en la primera edición del primer catálogo de fabricantes y comercializadores de aditivos, para la industria alimentaria.

La publicación, en ciclostil como casi todo en

¿Quién teme al aditivo feroz?



Portada de la revista ALIMENTEC sobre el artículo del Dr Roberto Xalabarder sobre Aditivos

Pocas palabras provocan hoy una reacción tan inmediata y visceral como la palabra aditivo. Basta mencionarla para que surjan recelos, sospechas y, en no pocos casos, un rechazo automático. El aditivo se ha convertido en el “lobo feroz” de la alimentación moderna: una figura amenazante, poco definida, a la que se atribuyen todos los males posibles sin demasiada reflexión

previa. Pero, como ocurre en los cuentos, conviene preguntarse si el lobo existe realmente o si no es más bien una construcción nacida del miedo y la desinformación.

Un aditivo alimentario no es, en esencia, nada misterioso. Se trata de una sustancia que se añade de forma intencionada a un alimento con una finalidad tecnológica concreta: conservarlo mejor, mantener su color, evitar que se enrancie, estabilizar una emulsión o garantizar que llegue al consumidor en condiciones aceptables. No es un ingrediente clandestino ni un artificio fraudulento, sino una herramienta técnica, comparable —aunque a menudo se olvide— a la refrigeración, la esterilización o el envasado.

La desconfianza hacia los aditivos suele apoyarse en una idealización del pasado, como si antaño los alimentos hubieran sido siempre puros, simples y naturales. Sin embargo, la historia de la alimentación humana demuestra exactamente lo contrario. Desde tiempos remotos se ha recurrido a la sal, el humo, el vinagre, el alcohol o los colorantes naturales para conservar y mejorar los alimentos. La diferencia entre ayer y hoy no está en la intención, sino en el conocimiento: la tecnología moderna permite saber qué se añade, por qué se añade y en qué cantidad puede hacerse sin riesgo.

Conviene también recordar que los aditivos no se utilizan de manera indiscriminada. Cada uno cumple una función específica y responde a un problema

real. Los conservantes ayudan a frenar el crecimiento microbiano; los antioxidantes evitan la degradación de las grasas; los emulgentes permiten que sustancias incompatibles, como el agua y el aceite, formen productos estables; los colorantes restituyen un aspecto que el propio proceso tecnológico podría haber alterado. En todos los casos, la finalidad es mejorar la seguridad, la estabilidad o la aceptabilidad del alimento.

Uno de los aspectos que más temor despierta es el de la seguridad. Aquí, sin embargo, el discurso alarmista suele ignorar un principio fundamental de la toxicología: no es la sustancia en sí la que hace el veneno, sino la dosis. Cualquier compuesto, incluso los más naturales, puede resultar perjudicial si se consume en exceso, mientras que muchos aditivos se utilizan en cantidades tan pequeñas que los márgenes de seguridad son amplísimos. Antes de autorizarse, estas sustancias se someten a estudios toxicológicos rigurosos que permiten establecer la llamada ingesta diaria admisible, una cantidad que puede consumirse a lo largo de toda la vida sin riesgo apreciable para la salud.

A este control científico se suma el marco legal. Los aditivos autorizados forman parte de listas positivas: solo puede emplearse aquello que ha sido previamente evaluado y aprobado. Además, su uso está limitado a determinados alimentos y a dosis máximas claramente definidas. Lejos de actuar en la sombra, la industria alimentaria trabaja bajo una vigilancia constante que incluye controles analíticos y responsabilidad legal.

Para facilitar la comprensión del consumidor y del técnico no especializado, resulta útil analizar los aditivos uno a uno, explicando su función, su comportamiento en el organismo y las polémicas que, en ocasiones, los rodean. En muchos casos, estas controversias se apoyan más en suposiciones que en hechos contrastados. Una información clara y honesta suele bastar para comprobar que el temido “aditivo feroz” es, en realidad, bastante menos fiero de lo que se cree.

En definitiva, el verdadero peligro no reside en los aditivos correctamente utilizados, sino en la ignorancia y en el miedo irracional a la tecnología. Rechazar de plano todo aquello que suena a “química” no nos acerca a una alimentación más segura ni más sana. Al contrario, nos aleja de un análisis sereno y basado en el conocimiento. Tal vez haya llegado el momento de dejar de temer al lobo y empezar a mirar con mayor confianza —y espíritu crítico— las herramientas que la ciencia pone a nuestro alcance.

1- Texto elaborado por ChatGPT (OpenAI), a partir del contenido y las ideas del artículo “¿Quién teme al aditivo feroz?” de Roberto Xalabarder (c. 1976–1979).

aquella época, agotó su edición a los pocos días de conocerse su existencia y fue la traca final para definitivamente no sólo darse a conocer el sector empresarial que abarcaba, sino también para demostrar que nada tenían que esconder al regulador, el cual respondió positivamente a la iniciativa, participando con él, en las primeras jornadas profesionales que, sobre dicha temática, se desarrollaron en ALIMENTARIA 76.



Post certamen, el sector de aditivos, existiendo ya la Ley de Asociaciones de 1977, se unió en torno a AFCA (asociación de fabricantes y comercializadores de aditivos) y ASPRIME (dada su peculiaridad y especialización, empresas que trabajaban casi exclusivamente para el sector de panadería y pastelería) entidades con singular rol en el desarrollo de las sucesivas ediciones de ALIMENTARIA y de su spin off venideras, tales como TECNOALIMENTARIA o SICOP, respectivamente.

El sector de aditivos alimentarios estaría ya de actualidad permanente, puesto que llegaría la preparación de normas y reglamentación técnico sanitarias por sectores, o las nomenclaturas de los E- donde las citadas asociaciones tendrían ya voz y voto para opinar y además participar en eventos sectoriales de hondo interés para el sector demandante de aditivos, cuales fueron, por ejemplo, los organizados desde el IQS en Barcelona, por la Escuela de Graduados Químicos y su Grupo Profesional de Industrias Alimentarias y donde Roberto Xalabarder, entre otros, será animador fundamental de las convocatorias.

Todo ello, contribuyendo hacia la definitiva creación de legislación europea que regularía el sector y el uso de sus productos en la industria alimentaria, donde con el tiempo, evolucionando, darían lugar al sector de productos alimentarios intermedios (PAI) y al sector foodtech, ambos tan de actualidad.

Nace la cadena de frío

Si ha habido un elemento decisivo en la integración de eslabones en la cadena alimentaria ese ha sido el de la aparición de tecnologías ligadas a los equipos de frío, tan necesarios desde en el origen de cultivos, capturas y sacrificios a almacenes reguladores y transporte, pasando por las cámaras de empresas del canal super-hiper y restaurantes y terminando en los electrodomésticos de los hogares.



Anuncio de expositor de ALIMENTARIA 76 sobre equipamiento de frío comercial

Para conocer soluciones de frío industrial, las empresas de alimentación tenían que acudir a ferias generales de maquinaria. Con ALIMENTARIA 76 se acabará ese recorrido inacabable por pluralidad de ferias, para encontrar un Salón monográfico donde además de poder ser expositores para la industria alimentaria, en especial de productos congelados y refrigerados, serán aliados indisolubles para atender a la distribución y el comercio alimentario.

Era el momento en que la “cadena de frío” se estaba organizando y los compresores, condensadores o evaporadores y los gases refrigerantes no desentonaban en una feria donde se ofertaban ya los primeros congelados y refrigerados marquisas, (después de estar, en algún momento, denostados por algunas organizaciones de consumidores), que acabarán llenando arcones y vitrinas de super e hipermercados.



Stands de Frigicoll y Linde en ALIMENTARIA 76

Por otra parte, el frío industrial entra de lleno en los procesos productivos de los dos sectores de mayor peso en “Todo para el Industrial” de ALIMENTARIA 76: El de panadería-pastelería y el cárnico. En el primero, romperá esquemas en la elaboración

y conservación de las masas panarias y en el segundo garantizará la no rotura de la cadena de frío, en sus estadios iniciales (sacrificio, elaboración y almacenamiento) y finales (distribución y punto de venta)



El certamen contará con la entrega de las asociaciones del sector, donde destacarán ANEFRYC (hoy AEFYT) como patronal de equipos de frío y ATECYR como núcleo asociativo para los instaladores y técnicos de este sector.

La actividad en crescendo de este sector en sus eslabones finales terminará por generar, la creación por la organización de ALIMENTARIA de un certamen especializado en Vigo, con el nombre de

VIGOALIMENTARIA', en 1987, donde se concentrará una importante oferta de productos congelados y refrigerados.

Aun así, la respuesta de la oferta y la demanda de los productos elaborados, conservados y comercializados bajo frío y la asistencia a la celebración de un seminario internacional, en el Hotel Bahía de Vigo, organizado con la ayuda de Graham Kemp, editor y director de la revista *Frozen Food International*, daría pie a dos importantes acontecimientos:

- La decisión municipal de crear un recinto ferial al lado del aeropuerto de El Peinador, en Vigo y
- El nacimiento de la feria CONXEMAR que durante muchos años será la cita obligada del sector, primero del seafood y después del producto congelado.

Miércoles, 7 de octubre de 1987
FARO DE VIGO
Vigo
9

El Seminario de Congelado destacó la tecnología de las industrias viguesas

Hoy se clausurará la primera edición de "Vigoalimentaria", que ha registrado un notable volumen de negocio

Redacción

Remarcar la importancia del sector de congelados en la industria alimentaria española y el reconocimiento de Vigo como la zona dentro de Galicia de mayor potencialidad del sector, son conclusiones del primer Seminario Internacional sobre productos congelados que se clausuró ayer y que se celebró dentro de los actos paralelos que se realizan en "Vigoalimentaria".

El acto de clausura de este Seminario corrió a cargo de su director Mario Cañizal, quien destacó el alto nivel conseguido gracias a la participación de representantes punta en el sector como el Reino Unido y Alemania Federal y el interés que despertó en otros países como Noruega, Portugal y Brasil que enviaron importantes delegaciones. En total 130 fueron las personalidades asistentes a este Seminario. Entre las conclusiones a

las que hizo referencia Cañizal se refiere a la necesidad de que los ministerios de Industria y Agricultura intervengan financieramente en la potenciación del sector y favorezcan el comercio y el consumo de los productos congelados, así como en nuevos equipamientos y la incorporación de alta tecnología en este tipo de industrias. Mario Cañizal aseguró que platos típicos gallegos como el "lacón con grelos" y la "caldeirada" pueden ser congeladas con tranquilidad y ofrecidas al mercado exterior como vehículo cultural, para estrechar las relaciones industriales y comerciales con otros países, a través de las asociaciones de restauradores de Galicia esparcidas por el mundo.

El director del Seminario indicó que una empresa viguesa del sector realiza ya sus propios desarrollos tecnológicos y que otra industria está aplicando actualmente la robótica automati-

zada, mediante ordenadores, a los procesos de almacenamiento y producción.

Detallistas

Por su parte en el I Congreso de Detallistas de Alimentación de Galicia, que se desarrolla dentro de Vigoalimentaria, acordaron potenciar el asociacionismo, impulsar la formación profesional y conseguir ayudas financieras para la reconversión del sector.

El presidente y vicepresidente de la Federación Nacional de Detallistas de la Alimentación, señores Sanz e Izquierdo, mantuvieron ayer una entrevista con el alcalde de Vigo, Manuel Soto, que se comprometió a elevar las citadas conclusiones a la Xunta de Galicia.

Los directivos de FENADA consideran necesario la elaboración de una Ley de Comercio de Galicia que se base en las existentes en las comunidades cata-

MARIO CAÑIZAL, dió a conocer las conclusiones del Congreso

lanas y valenciana, para unirla al proyecto de la nueva Ley General de Comercio española.

En las conclusiones del Congreso se aboga por la creación de escuelas especializadas, que impartan formación en áreas específicas del comercio, en la organización, en las asociaciones de comerciantes, de cursos de formación para potenciar el asociacionismo, dentro de un vasto programa formativo y, en el capítulo de ayudas económicas, dentro de la reconversión que

precisa el sector, las mismas condiciones que se han seguido para la reconversión de otros sectores.

Cata de Oporto

En la tarde de ayer tuvo lugar una cata de vinos de Oporto, patrocinada por el Instituto de Vinos de Oporto, en la que intervinieron los especialistas que estos días se encuentran en "Vigoalimentaria": Isabel Mijares, José Saez i LLobre y Alen Kelepiskis, alabaron la calidad de los caldos.

El Faro de Vigo reseña el seminario internacional que sobre alimentos congelados se celebró en Vigo Alimentaria 1987

1- La primera edición, al carecer de recinto ferial adecuado, tuvo lugar en el Puerto de Vigo siendo los stands contruidos al aire libre; algo ciertamente arriesgado para una ciudad a la que gustan visitar galemas y borrascas. Una de ellas pasó por la feria durante su celebración.

Jose Luis Latorre Lama¹



¡Qué tarde la de aquel día!

Mi metamorfosis profesional comenzó aquel 21 de noviembre de 1975, al incorporarme Emilio Lapuerta a su equipo comercial, para ALIMENTARIA.

Nunca agradeceré lo suficiente, cuando aquella tarde, de un gris noviembre de 1975, en su despacho de la FOIM de Barcelona, me ofreció la posibilidad de incorporarme a su staff como consecuencia del conocimiento profesional que atesoraba, en materia de empresas del sector del frío, de automatismos y tecnologías; las cuales no se habían prodigado como expositores, en las ediciones del sector de alimentación de la FIB, que se celebraba en Junio en Montjuïc y que necesitaba alojar en el sector “todo para el industrial” del que sería uno de los mayores eventos feriales de Europa, en materia de alimentación.

Apenas quedaban cuatro meses para inaugurar la nueva feria y el seno de la organización de ALIMENTARIA, se temía que no se llegaría a persuadir a los targets deseados. No fue así. Los sectores a los que se convocó, con los contactos que realicé y aporté, reaccionaron rápidamente puesto que, en materia ferial ante el desarrollo de la industria alimentaria, no acababan de encontrar “su feria” y como mucho, llegaban a participar, por ejemplo, en el salón de la electrificación que se celebraba en la Casa de Campo madrileña.

Visto el resultado, desde la dirección de ALIMENTARIA se me pidió extender mi trabajo, en el seno del departamento comercial, hacia los sectores de maquinaria y tecnología relacionados, además de con el frío industrial y comercial, la panadería-pastería, el sector cárnico y los procesos e ingenierías; todos ellos, en aquel momento, atravesando profundos cambios de orientación en materia de gestión de procesos.

Toda una experiencia que resultó, también, muy satisfactoria para los objetivos a alcanzar, ya en la

segunda edición de ALIMENTARIA, en 1978.

Con ese bagaje, mi rol en las sucesivas ediciones del certamen prosiguió con incrementos de funciones y responsabilidades en ferias. En agosto de 1980, como responsable, de AgroMéxico 81; de Firavi 83 y vista la falta de espacio para plantear una “Alimentaria full”, de Tecnoalimentaria 1984, donde fui promovido a director del certamen, al igual que para la edición de 1987.

En esa etapa de ocho años, la labor encomendada me llevó a visitar países en América Latina con demanda de transferencia de tecnología, visitando desde México a Argentina, donde se logró que la segunda edición del Congreso Mundial de Tecnología de Alimentos se celebrara en Barcelona coincidiendo con Tecnoalimentaria 87, formando parte de su comité ejecutivo, y a la que asistirían empresas de alimentación, tanto del Nuevo como del Viejo continente.

A finales de los ochenta, tomé la decisión de independizarme y crear mi propia empresa para ponerme a disposición de sectores y colectivos que quisieran organizar ferias y eventos especializados, dirigiendo en esa nueva etapa, proyectos de envergadura tanto para estamentos públicos (proyecto Eureka; Tecnova 87; Interfas - Nutrifas 88 y 91...) como autonómicos (Feria Salical y Tecno-Salical de 1991 al 2007 en La Rioja o TecnoMurcia 1988 y 1990) así como con sectores empresariales (ProBebé - De 0 a 4, de 1994 al 2004, o el primer SICOP, en Sevilla).

Mi desempeño profesional no habría sido el mismo, si no hubiera pasado por la etapa relatada de las ALIMENTARIA de 1976 y 1978, con singulares experiencias vividas, no sólo con el equipo ejecutivo de las mismas, sino también con los distintos miembros de sus comités organizadores, al confiarme importantes proyectos, desde los cargos de responsabilidad a los que fui promovido.

1- Director Grupo MADE

Opinión (cont.)

Un ejemplo de visión, actitud colaborativa, perseverancia y generosidad, por parte de todos ellos que agradezco, deseando que, a las venideras ediciones de ALIMENTARIA, organizadas por FIRA

de Barcelona, les siga acompañando el éxito que vienen obteniendo.

Opinión

Joaquim Ros¹



Alimentaria; El producto fresco y “les trobades”

En los años 60 y primer quinquenio del 70, “*les trobades*”, el contacto entre productores en origen y empresarios mayoristas era habitual, como mínimo, una vez al año. Estos desplazamientos al origen de las fuentes de suministro servían para planificar la temporada en función de cómo había ido la anterior, hablar de nuevos productos, formatos y en definitiva, hacer valoración del presente y hablar del futuro.

Con la llegada de ALIMENTARIA esta relación cambió, ya que, “*les trobades*”, se podían hacer en un lugar más próximo, rodeados de todo un marco afín, con lo que se facilitaban mucho las cosas entre las dos partes. Era, realmente, un punto de encuentro de diferentes miembros de la cadena.

A mitad de la década de los setenta, en Barcelona, hacía pocos años que se habían trasladado los mayoristas del Borne a Mercabarna (1971), las nuevas instalaciones del matadero se estaban construyendo en este nuevo recinto (finalmente se trasladó del actual *Parc del Escorxador* en el 1979) y se estaban llevando a cabo las primeras negociaciones entre el Ayuntamiento de Barcelona y el Gremio de mayoristas del Pescado y Marisco para el traslado de este mercado de la calle Wellington, a la nueva Unidad Alimentaria, que acabaron consumándose en 1983.

Todo el sector llamado de productos frescos, eminentemente perecederos, estaba en ebullición.

Nuevos campos de juego, nuevos productos, nuevas necesidades industriales de servicios, logísticas y sobre todo del frío, etc. Era un momento de importantes cambios y todas las partes se estaban posicionando.

Las primeras ediciones de ALIMENTARIA coincidieron con todos estos cambios, que estaban generando nuevas oportunidades a todos los miembros de la cadena. Y uno de ellos fue para Cefrusa, localizada en l'Hospitalet de Llobregat tocando a la Gran Vía de Barcelona. Central Frutícola SA había sido, creada por miembros del Gremio de detallistas de Frutas y Verduras para cubrir sus necesidades de frío; pero, no acababa de arrancar.

Un grupo empresarial del sector agroalimentario la adquirió y rápidamente ofreció el servicio logístico de frío que hasta aquel momento no tenían los detallistas en la cantidad necesaria y creciente, así como a las empresas ya localizadas en Mercabarna, y muchas otras que se establecerían, poco tiempo después, del sector cárnico y pescado, trabajando tanto en refrigerado como congelado.

Los nuevos responsables de esta empresa, Ramon Seró y Jordi Maymó, ambos habían colaborado con el Consejo Económico Social de Cataluña, aprovechando su conocimiento del sector y del mercado, así como la visión global que les dio la feria, dieron un paso más: importar productos hasta aquel momento poco conocidos. El mejor ejemplo serían las endivias belgas.

¹- Ex directivo de Mercabarna



Opinión (cont.)

No era fácil competir con toda la gama de lechugas y escarolas procedentes de la costa mediterránea, pero el mercado tenía su “nicho” y los contactos realizados en las ediciones del 1976 y 78 facilitaron el camino a seguir.

A su vez este grupo empresarial tenía importantes fincas agrícolas en Lleida y en el Delta del Ebro y aquí entró otra variable; la exportación de sus productos utilizando ALIMENTARIA como “*punt de trobada*”, punto necesario de encuentro entre vendedores y compradores. El teléfono y el telex, se cambiaban, cada dos años, por el contacto personal, mucho más fructífero, donde, además, las visitas a las fincas y las reuniones en la feria solucionaban muchos desencuentros.

Pasaron los años y ambos profesionales (Seró y Maymó) dejaron sus puestos directivos en Cefrusa

para recalcar en otras empresas e instituciones, pero nunca se olvidaron de ALIMENTARIA. Valga de ejemplo la iniciativa de Jordi Maymó, como director general de Mercabarna, en la década de los noventa, de montar en la feria, para los empresarios del sector de la fruta y hortaliza, un pabellón colectivo que les dio una extraordinaria relevancia y desde donde muchos de ellos, descubrieron la exportación.

En resumen, con la generalización del uso del frío en los circuitos de comercialización, al mayor y *detall*, y las experiencias de participar activamente en la feria, tanto en operaciones en el mercado interior como exterior, son hechos que han llegado a permitir que, algunos fans de Mercabarna la titulen como la “ALIMENTARIA de todos los días”.

Una feria para panaderos y pasteleros

La transformación que, en los años setenta, viven las panaderías hace que ALIMENTARIA76 sea el mejor escaparate de su reinversión, alejadas ya de un riguroso control por el regulador (en especial en



Un Dalí de chocolate

Francesc de Asís Baixas, fundador de ALIMENTARIA y President del Gremi de Pastisseria de Barcelona ya tallaba obras de chocolate en 1962.

materia de precios y control de fraudes) y abriéndose a la mejora de la calidad y variedad en sus elaboraciones, al disponer de mejores materias primas e ingredientes y por supuesto de una nueva generación de hornos (tanto eléctricos como a gas) y equipos complementarios incluidos los ya citados de frío industrial y comercial, para elaboraciones con hondas raíces artesanales, por parte de panaderos y pasteleros.

Estos últimos, liderados por Francesc de A. Baixas, adelantándose a sus colegas, utilizaron el certamen desde su primera edición para mostrar su capacidad de innovación y creatividad, no reñida con la acreditada artesanía de sus piezas, en las distintas exposiciones de pastelería que se irán montando en cada feria.

A destacar la importancia que para el sector y el certamen tendrá la aparición de nuevas tecnologías en materia de fermentación y sobre todo de las masas congeladas, que generará una, no fácil, transición desde los obradores tradicionales a los denominados puntos calientes y finalmente la aparición de locales con degustación; antesala de los *bakery-café*.

Tal será su importancia que la oferta expositiva dirigida a este target será pilar fundamental de TECNOALIMENTARIA a partir de 1984, reuniéndose en torno al sector Confipama como área de exposición y de las que, de forma autogestionada, protagonizará, más adelante, con la creación de SICOP¹.

LA VANGUARDIA

BARCELONA - 1 ESPAÑOLA
Domingo, 21 de marzo de 1976
Fundada en 1881 - Número 34.143

IV EXPOSICION NACIONAL ARTISTICA DE PASTELERIA ARTESANA EN BARCELONA



El Gremio de Pastelería presenta una original «pasta alimentaria»

Forma parte de su aportación al Salón Internacional de la Alimentación que se celebrará en abril

El Gremio de Pastelería ha querido señalar su participación en el Salón Internacional de la Alimentación, no sólo con su presencia en un sector de 1.500 metros cuadrados, sino también con la creación original de una pasta alimentaria de gran calidad, que podrá degustarse del 8 al 14 de abril, no sólo en el stand de los pasteleros en el Salón Alimentario, sino también en las pastelerías de Barcelona.

La Pasta Alimentaria hizo ayer su presentación en sociedad, con Néstor Luján como introductor, en un acto que se celebró en la sede del Gremio de Pastelería. La Pasta es creación de la «Escuela de Pastelería de Barcelona», que patrocina el Gremio, y según explicó don Francisco Baixas, presidente de la entidad, es también una prueba de la mucha confianza que los agremiados tienen en los buenos resultados de su participación en el Salón Alimentario.

La Pasta lleva la letra «A» como homenaje al certamen «Alimentaria 77», pero también como indicación de alma y arte, el abecedario del buen pastero.

El señor Baixas anunció que la Junta de damas pasteleras ha organizado, dentro de «Alimentaria», una exposición de objetos de regalo aplicados a las pastelerías, y también un pase de modelos, pero de uniformes de trabajo, para todas las actividades de la pastelería, tanto en los obradores como en los mostradores y despacho al público.

Néstor Luján pronunció una amena disertación sobre los postres de pastelería y la dulcería. Recordó cómo en la época medieval, los cocineros tenían que ser forzosamente pasteleros. Aquellos grandes pasteles de caza que servían en los banquetes de los reyes y de los magnates, las empanadas rellenas de carne, pescado o confituras, sólo los podían hacer quienes conociera los secretos de la pasta y del horno. La mezcla del dulce, lo salado y las especias es una constante de toda la cocina de occidente hasta el siglo XVIII, que es cuando los franceses organizan los ágapes de la manera como hoy se conocen.

Terminó la presentación el señor Escobar, vicepresidente del Salón Alimentario, quien se congratuló de la gran aportación del Gremio de Pasteleros al certamen.

La fórmula de la pasta alimentaria

Como curiosidad, y para que los aficionados que quieran confeccionarla en casa la «Pasta Alimentaria», podemos facilitarles, en secreto, la fórmula que utilizarán los pasteleros barceloneses para presentar esa obra de arte al público.

Las cantidades necesarias son 100 gramos de nata líquida, 150 de azúcar lustre, 5 de sal, 250 de mantequilla, 250 de polvo de avellanas tostadas, 350 de harina, 10 de levadura en polvo y limón y canela para aromatizar. El relleno se consigue con medio litro de nata líquida, 200 gramos de mantequilla, 1.200 gramos de cobertura de leche, vainilla y avellana.

Se trata de una pasta de té, de forma ovalada, una especie de bocadillo con el relleno en medio y ligado con la cobertura de leche. Sólo falta que el artesano ponga la «A» de alma y el resultado es una pura delicia.

Novedad del Gremi de Pastisseria de Barcelona presentada en ALIMENTARIA 78

1- Este certamen monográfico, podría ser objeto de análisis independiente, ya que fue creado a instancias de los propios expositores desde sus respectivas asociaciones profesionales que, dada las características de la demanda en los años noventa, identificaron la itinerancia como necesaria. La organización de ALIMENTARIA llevó a cabo la ejecución de algunas ediciones, en Sevilla y Barcelona, bajo el nombre de Sicop.

Joan Turull i Estatuet¹



Escaparate del esfuerzo en unir tradici3n con innovaci3n

El a1o de ALIMENTARIA 76 fue importante para la Pastelería, en especial la catalana, ya que Francesc Baixas, presidente del Gremio de Pastelería de Barcelona y Provincia, utiliz3 la convocatoria ferial para dar a conocer a aquellos asociados que ya destacaban por su labor de creaci3n de obras de pastelería artesana, a trav3s de profesionales concursos, que ya venían realizándose.

Parte de ellos éramos profesores externos en la Escuela del Gremio y Baixas nos seleccion3 para formar “Pastis Grup”, colectivo fundado por Vilella y Comas para dinamizar la pastelería y hacerla resurgir, a trav3s de concursos en Espa1a y en Europa, sin pensar en tiempo y dinero que perderíamos.

Las sucesivas exposiciones que se realizaron en las ediciones de ALIMENTARIA nos dieron pie a una mayor camaradería y a abordar acciones colectivas, lo que supuso incorporarse a tareas directivas en el Gremio, donde a Baixas le sucedería en la presiden-

cia, un profesional de la talla de Jaume Fuster en 1991.

A1os m3s tarde, en 1995, me tocaría a mí ocupar la presidencia, donde estuve hasta 2014. Período en el que tuve ocasi3n, contra viento y marea, pues hubo bajas de asociados, de contribuir a reinventar el Gremio creando nuevos servicios y fuente de ingresos como, por ejemplo, el “*Museu de la Xocolata*”, la nueva escuela y una residencia de estudiantes para los alumnos de la misma.

La figura de Baixas, que estuvo en el Comit3 Organizador de varias ediciones de ALIMENTARIA y su talante, sirvi3 para que tuviéramos la ilusi3n y el empe1o de ser buenos pasteleros y pasteleras, como mi esposa Joana Salvador, *dona pastissera*², puntal de nuestra pastelería e impulsora de que fuéramos pioneros en 1970, de la elaboraci3n de los primeros panes sin gluten; lo que daría pie a que nuestro hijo Joan creara una empresa para su producci3n industrial, mientras su hermana Aniana, con sus hijos, Pep y Nacho, tomaban el relevo de nuestra presencia en la pastelería.

1- Fue President del Gremi de Pastisseria de Barcelona

2- A principios de los a1os 80 se consolida en el seno del Gremi el movimiento/agrupaci3n “Dona Pastissera” que surge como iniciativa para visibilizar el papel de las mujeres pasteleras en un sector tradicionalmente masculino. Esta agrupaci3n organizará talleres y demostraciones, en el marco de la EGPB, destacando la creatividad femenina en la pastelería artesanal y en especial en materia de decoraci3n de escaparates y presentaci3n comercial de las obras de pastelería (blondas, bandejas lazos, cajas...). Su actividad en ALIMENTARIA fue m3s que evidente y mayor en la Mostra anual que fue convocando el Gremi, para sus asociados como cita profesional previa de la campaa navide1a y que en la actualidad se integra en la anual Gran Gala de la Pastelería.

Jaime Llordés¹



Un sector consciente de la utilidad de las ferias para su re-inversión y apertura hacia nuevos mercados

Salva ha vivido en primera persona, cómo las ferias contribuyen a modificar las condiciones del mercado. La primera feria en la que participé como visitante fue en Madrid, en La Casa de Campo, en una exposición del mundo pastelero allá por los finales de 1950, fue la primera en la que expuso SALVA y la recuerdo como un éxito.

Desde entonces han sido muchas las ferias a las que hemos acudido como expositores por España y el mundo.

Valencia tomó el banderín promocional de ferias para el sector pan/pastelería con MAICOP; motivo de encuentro entre fabricantes y momento idóneo para crear una Agrupación de Fabricantes, AFES-PAN, impulsada por Hornos Farjas, de Zaragoza, para defender los derechos de los fabricantes y entre otros, corregir la oferta desproporcionada de ferias locales.

A nivel internacional AMEC asociación multisectorial para la promoción de exportaciones, nos ayudó a empezar a salir al mercado exterior siendo nuestra primera experiencia la de exponer en la IBA de 1971, en Frankfurt, donde acudimos tres empresas:

Turu, Subal y Salva, con resultado importante, no inmediato, pero sí en un corto plazo.

A nivel de ferias nacionales surgió ALIMENTARIA, en 1976, que de inmediato se erigió como la principal feria de nuestro sector durante muchos años, al igual que las primeras ediciones de TECNOALIMENTARIA. Sin embargo, una mejor geolocalización y cambios en el mercado (normativa aperturista, aparición de las masas congeladas -gracias al tesón de Pere Gallés- a las que Salvador Santos Campano auguraba causarían una revolución) nos haría desplazar el foco ferial a Madrid y utilizar las instalaciones de Ifema ya en el siglo XXI, justo cuando el *food retail* y el *foodservice*, se convertían en nuevos yacimientos de negocio.

Las dos visiones, sobre evolución del mercado y una nueva demanda, han sido motores de cambio, tanto para panaderos y pasteleros como fabricantes de equipos, lo cual ha hecho también modificar las estrategias de diseño de certámenes feriales con oportunidades para nuestro sector y donde los organizadores de ALIMENTARIA, siempre han estado dispuestos a ofrecer soluciones satisfactorias a aquellos objetivos comerciales, que tengan a las ferias como instrumento de nuestra política comercial.

¹- En la actualidad, consejero de SALVA INDUSTRIAL.

Francisco Javier Antoja Giralt¹



Del cartel NOVEDAD a la (R)EVOLUCIÓN del sector¹

Tuve la oportunidad de conocer las primeras ediciones de ALIMENTARIA cuando era, en aquel entonces, director de la revista "El Mueble". Fui como visitante interesado porque en la revista se dedicaba una sección a la cocina. Quedé gratamente impresionado por la magnitud del salón y la interesante presencia de expositores. Pasado el tiempo mi devenir profesional hizo que, de la mano de Federico Montagud, en Montagud Editores, participase en la organización de nuestra presencia e información sobre el salón, en sus sucesivas ediciones, en nuestras revistas.

Desde la atalaya desde la cual se ve pasar el tiempo, fui testigo de cómo evolucionaba la forma en que las empresas expositoras se presentaban ante sus clientes, actuales o potenciales. La evolución fue una revolución. De la somera exposición de una amasadora, por ejemplo, con un simple rótulo de "novedad" a la misma amasando distintas masas, horneándolas y ofrecer panes y bollería en degustación, acompañada de un buen vino español, claro. Y eso era igualmente aplicable a otros tipos de maquinaria y productos.

Igualmente, la presencia de Montagud Editores evolucionó con stands en los que, además de ofrecer la posibilidad de conocer sus varias revistas, participar en seminarios y "confesionarios" de consultas técnicas, con los más importantes

técnicos colaboradores del sector. De ahí surgieron también viajes organizados a otros eventos similares por toda Europa.

Pasaron los años y Montagud Editores, tras el traspaso de la familia Montagud a una nueva propiedad, en que llegué a ser el presidente, me dió la oportunidad durante 40 años de tratar y apreciar el trabajo de todos los panaderos, pasteleros y afines, empresarios comprometidos con el sector y directivos de gremios y asociaciones, maestros en escuelas -como el Centro Saper- y sin olvidar a quienes desde la organización de ALIMENTARIA y las de otras ferias, repartidas por toda España, fueron impulsores de la importante (r)evolución que ahora disfrutamos en calidad y servicio de nuestros profesionales.

Montagud Editores también ha evolucionado y ya con mi hijo Javi Antoja al frente, la defensa de la alta gastronomía se plasma en libros de excelente calidad, nuevas publicaciones periódicas -como "PâstryRevolution" o el cuaderno de alta gastronomía "Apicius"- se completa con cenas exclusivas, presentaciones, presencia en redes sociales, fiestas y demás.

El contacto humano no ha muerto. El poder oler el pan, degustar un pastel recién hecho o probar un plato de un chef con estrellas, en un contexto de demostraciones, conferencias u otros actos presenciales, sigue vigente y creciendo.

Gracias a todos los que lo habéis hecho posible.

¹- Expresidente de Montagud Editores

Joan Solé¹



Una feria para el “pâtisier artesá” y también para el “pastry chef”

La empresa Solé Graells fue constituida en la década de los '30 por Francisco Solé Graells, con el objetivo de comercializar y distribuir ingredientes y adornos para pastelería, siendo pionera en este ámbito no solamente en Barcelona si no en toda España.

Su nieto, Juan Solé Solanellas, tras licenciarse en Económicas en 1975, se puso al frente del negocio familiar y constituyó la sociedad Solé Graells SA, y dado su interés en la pastelería y cocina, se dedicó a visitar las más prestigiosas ferias de Francia consiguiendo la distribución de las más importantes marcas de ingredientes y utensilios para los profesionales de estos sectores.

En 1976 asistí como visitante a la feria ALIMENTARIA, tomando muy buena nota de la creatividad e innovación de la pastelería allí expuestas, de modo que en los '80 ya empecé a colaborar con el Gremi de Pâtisseries de Barcelona, de la mano de su Junta (en la que se encontraban grandes nombres del sector como Baixas, Sábat, Fuster etc.) y en todas las actividades que se fueron organizando posteriormente, llegando incluso a inaugurar el “Aula Solé Graells” en el Museo del Chocolate, local anexo al Gremi.

Con motivo de los Juegos Olímpicos de Barcelona del 1992, el mundo de la gastronomía por fin

explota y la empresa Solé Graells SA tiene un papel importante gracias a sus conocimientos en la alta pastelería, siendo referente para el restaurante elBulli de Ferran Adrià y Juli Soler, asesorando los mejores chefs y pastry chefs que en esos momentos despegaban, dándose a conocer en los mejores restaurantes y hoteles que en esos años se inauguraban en la ciudad.

A raíz de esta colaboración con elBulli (** Michelin), en 2008 se crea la línea “Texturas – Albert y Ferran Adrià”, de ingredientes para alta gastronomía que a partir de entonces se comercializan en todo el mundo, siendo de uso común en los mejores restaurantes.

En 2010 se crea la línea “Mugaritz Experiences” de la mano de Andoni Luis Aduriz (** Michelin) y finalmente el 2012 vende la empresa a Guzmán Gastronomía, hoy en la órbita del grupo sudafricano Bidfood cuya filial Bidfood Iberia es especialista en distribución al canal foodservice,

Mi vocación de servicio profesional a los lectores citados sigue firme o creciendo más aún y actualmente trabajo como gerente en Gastrocultura Mediterránea, empresa de primer nivel en innovación gastronómica, premiada por la feria Sirha 2025 de Lyon en materia de Innovación Gastronómica en 2025 por la línea de enzimas con la marca TÖUFOOD.

¹- Gerente de Gastrocultura Mediterránea.

Un certamen para la re-inversión del sector cárnico

En los años setenta, muchos sectores de la industria alimentaria atravesarán momentos y fases de reconversión, no sólo por los cambios en la economía española, sino también en su sociedad que, en materia de consumo alimentario, se inclinará por la proteína cárnica.

De nuevo, ALIMENTARIA 76 será el mejor escaparate, para contemplar los positivos efectos de la necesaria reestructuración del sector cárnico, donde como podía apreciarse en el correspondiente



Sala del Matadero de Madrid en los años 70

grupo de trabajo de la Comisión de Alimentación en el Consejo Económico Social de Cataluña, convivían empresas de entradores de ganado, con mataderos, almacenes frigoríficos, industria cárnica, salas de despiece, y detallistas carniceros, chacineros o especializados en subproductos, además de los que criaban o comercializaban, aves huevos y caza.

Todos ellos conformaban un sector cárnico diverso, debido a la dimensión de las explotaciones, su

actividad, el tipo de producto final servido, la orientación al tipo de transformación, su carácter marquista o no y su nivel de integración con otros



Stand de Jamones Gerona en Alimentaria 76

estadios de la cadena de valor del sector cárnico...

Y fue en ese icónico 1976 cuando la nueva reglamentación técnica sobre mataderos provocaría que, su necesaria aplicación, convulsionara el statu quo del sector produciéndose el cierre de numerosas empresas, que no podían cumplir con sus requisitos (los que se añadirían las regulaciones



Artículo aparecido en el diario El Noticiero Universal de Barcelona en Noviembre de 1975 firmado por Antonio Escape, vocal del Grupo Cárnico del CESC (consultar en Galería)

sobre seguridad alimentaria y medio ambiente), dando lugar a una modernización que implicaba sustanciales cambios en los procesos productivos, de comercialización y presentación de los productos cárnicos (comienzan a aparecer productos en barquetas, envasados al vacío o en atmósfera controlada) con el fin de atender la demanda de la nueva distribución.

La mayor parte de soluciones para el cambio se ofrecerían ya en ALIMENTARIA 76, que alojaría a tal cantidad de empresas expositoras de maquinaria



Instalaciones de empresa cárnica con modernos equipos de Metalquímica

para procesamiento de carnes que, tras varias ediciones, formarían el sector Cárnico; otro pilar de la nueva feria TECNOALIMENTARIA de 1984.

Esta iniciativa sectorial/ferial tendrá también su lectura asociativa, a partir de 1976. Por el lado de la oferta de maquinaria, sus empresas crearán



la asociación AEFEMAC y por parte de la de producto elaborado, según tamaño y actividad nacerán ASOCARNE, AICE (fusionadas en la hoy ANICE) y en el caso de

Catalunya, la FECIC, que con ANAFRIC completarían actualmente el escenario asociativo-empresarial.



De iniciativa local a referente tecnológico internacional

Metalquimia nace a comienzos de la década de 1970 en Besalú (Girona), en un mercado en el que la industria cárnica española empieza a dar el salto desde procesos semi artesanales hacia una producción más industrializada, especialmente en el ámbito de los productos cocidos.

La empresa se constituye en sus inicios como un proyecto empresarial compartido, pues en sus tres fundadores¹, confluyen capacidades mecánicas e industriales con las de conocimientos químicos y de procesos. Esta complementariedad resultará decisiva en el desarrollo temprano de la empresa.

Desde sus primeros años, Metalquimia orienta su actividad a la ingeniería mecánica aplicada al procesado de carne, con un enfoque eminentemente práctico: diseñar equipos que resuelvan problemas reales de planta y que puedan integrarse en flujos productivos en crecimiento. Es el momento donde desarrolla sus primeras soluciones para la inyección (a alta presión) de salmuera, el masaje de carnes y la dosificación, trabajando en estrecha relación con fabricantes nacionales de productos cárnicos.

Esta relación directa con el usuario industrial permite a la empresa acumular un conocimiento profundo de proceso, algo poco habitual en proveedores de maquinaria de aquel momento, más centrados en la fabricación que en la tecnología alimentaria aplicada.

El año 1976 marca un punto de inflexión con la introducción de un reactor de masaje con camisa de frío, una innovación relevante para el control térmico del proceso y la mejora de la calidad y estabilidad del producto final. Estos desarrollos sitúan

a Metalquimia en una posición técnica avanzada dentro del sector cárnico, al abordar de forma integrada variables críticas como tiempo, temperatura y acción mecánica, (hidráulica) fundamentales para la producción de jamón cocido y otros elaborados inyectados.

A partir de ese momento, la empresa comienza a consolidar su presencia en plantas industriales de referencia en España. Ya no se trata únicamente de suministrar equipos aislados, sino de acompañar al cliente en la definición de soluciones más completas, lo que implica una evolución interna en capacidades de diseño, montaje y servicio técnico. En paralelo, Metalquimia inicia sus primeros pasos en la exportación a finales de la década, con Portugal como mercado natural inicial y con una progresiva apertura hacia otros países europeos y latinoamericanos.

En realidad, fue un desempeño profesional que se fue mejorando; no tanto con maquinaria, que también, como con procesos y formulaciones diseñando productos a medida (color, textura, aroma, cantidad de humedad, etc.) lo que permitía que cada empresa tuviera una identidad propia utilizando un mismo sistema.

Hacia 1980, Metalquimia ya presenta un perfil claramente diferenciado: una empresa con base industrial sólida, capacidad de innovación propia y vocación internacional. Su presencia en ferias técnicas especializadas, como ALIMENTARIA o IFFA en Alemania, le permite contrastar su tecnología en entornos competitivos y ampliar su red comercial fuera de España.

En ese momento, Metalquimia ha dejado de ser una iniciativa local para convertirse en un actor emergente dentro del panorama europeo de la maquinaria cárnica, con una trayectoria construida sobre conocimiento de proceso, fiabilidad técnica y una clara orientación al cliente industrial.

Fuente: Metalquimia

¹- Desde 1989 miembros de la familia Lagares son los únicos propietarios.

Antonio Escape¹

La entrada en vigor del Código Alimentario, complementada por las normas de calidad para los productos, que se vienen publicando en el B.O.E., sucesivamente, vienen a poner orden en el deteriorado mercado de la Alimentación. Su objetivo es conseguir una mayor transparencia de mercado y garantizar al consu-

midor las calidades que desee adquirir. En el B.O.E. de 17 de septiembre, se publican las Normas de Calidad para el jamón cocido,

sus precios de venta al público y al fabricante a producir cada vez peor, olvidando al sufrido consumidor al que se le ha ido esca-

nido de humedad es tal que la relación de agua/proteínas sea igual o menor de 4/13.

Como estos datos no son intangibles para la mayoría de consumidores, podemos asegurar que esta es una magnífica calidad de jamón cocido, comparable a cualquiera que se fabrique en países de más exigente legis-

forma prismática (rectangular o cuadrada).

Pastel de carne de cerdo.— Este producto se fabrica con carne de cerdo exclusivamente, pero puede ser troceada y no es obligado que sea de jamón o de paletilla. La incorporación de la fécula puede llegar a ser del 8%, y podrá tener hasta un 10% de grasa.

Su identificación será por comercializarlo bajo formato redondo o cilíndrico.

Todos los formatos inferiores a 500 gramos, por comercializarse en pieza entera, envasados, permite que se comercialicen en cualquier formato ya que la identificación del producto viene dada por la etiqueta.

Lo que se ha tratado de hacer es que el consumidor pueda identificar lo que se le vende en lonchas, cortado a mano o a máquina, de una pieza entera. De esta forma debe eliminarse la picaresca de que se le vende un producto por otro.

Toda esta normativa era muy necesaria, pero debe pensarse que tendrá una notable repercusión en los precios. Toda buena calidad exige un precio, y un bajo precio comporta una calidad inferior. No puede fabricarse un producto a precios inferiores a los de su materia prima esencial.

No es nuestro cometido el dar indicaciones sobre los precios de venta al público, que normalmente están ajustados a márgenes de entre 15 y 20% sobre el precio que le cuesta al detallista, pero las Juntas de Precios deberán ser conscientes de la repercusión de estas normas de calidad.

La Agrupación de Industrias de la Carne, que encuadra a la totalidad de fabricantes de España, está a la disposición de las Autoridades y de las Asociaciones de Consumidores para informar sobre los procesos de fabricación, y de los precios de coste, con el fin de conseguir la tan ansiada transparencia en el mercado.

Antonio ESCAPE
Presidente de la Agrupación de Industrias de la Carne.

EL JAMON COCIDO EN EL CODIGO ALIMENTARIO



midor las calidades que desee adquirir.

La repercusión de ciertos artículos en el cálculo del importe de la «cesta de la compra», entre los que se halla el jamón de York, nos mueve a divulgar el contenido de las citadas normas para conocimiento de los consumidores, ya que si éstos no las conocen poco se habría conseguido con su publicación.

La picaresca es un mal endémico en nuestro país, y en la fabricación de algunos productos alimenticios se había llegado a límites exagerados, producto de nuestra fértil imaginación. España es un país con una organización comercial típicamente minifundista, con unos 180.000 puntos de venta de productos cárnicos, y ello comporta una cifra de venta muy pequeña, con márgenes altos, para sostener medianamente la mayoría de comercios modestos. Esta estructura comercial defectuosa, con mucha competencia y pocos ingresos, ha llevado al comerciante a buscar productos de menor calidad para mantener

paleta cocida, fiambre de paleta y pastel de carne de cerdo. Todos estos productos se han venido vendiendo hasta hoy, y todavía lo serán durante algún tiempo, bajo la denominación de jamón de York a distintos niveles de precio según su calidad. Ahora debemos definirlos y tratar de identificarlos para no ser defraudados.

Jamón cocido.— La norma lo define como miembro posterior del cerdo, excluyendo la carne triturada o picada, sometido a la acción de la salmuera y al proceso de cocción. Su envase debe ser suficientemente para mantenerlo inalterable a condiciones normales de almacenamiento y comercialización.

Es el producto más noble de los que se normalizan en esta Orden, y sus materias primas son: carne de jamón, agua y sal, y facultativamente puede contener azúcar, miel, gelatina y especias. El contenido de proteína total no puede ser inferior al 17,3%, y queda expresamente prohibida la adición de fécula y de proteínas extrañas. El con-

tenido de humedad es tal que la relación de agua/proteínas sea igual o menor de 4/13.

Paleta cocida.— Es sensiblemente parecida al jamón, con la diferencia de tratarse de un miembro delantero, algo más nervioso y fibroso que el jamón, y que su contenido de proteínas es algo inferior. Se expenderá bajo la misma forma de pera o mandolina, pero su tamaño es más pequeño.

Fiambre de paleta.— Hasta ahora se fabricaban la mayoría de paletas con incorporación de fécula en su salmuera, con objeto de hacerles tomar mayor humedad y abaratar su precio. Este producto se puede seguir fabricando, porque es un buen producto, pero se regula la incorporación de féculas hasta un máximo del 5%, que permitirá cocerlo a más alta temperatura para una mejor conservación, pero el consumidor conocerá que existe fécula.

Su identificación será por expenderse o comercializarse bajo

5.4 Potenciación del sector servicios

Importancia de las actividades terciarias, en las ferias monográficas y profesionales

El sector servicios especializados vinculados a la industria alimentaria, como los de ingeniería o control de calidad, constituyó un pilar esencial en su desarrollo económico y potencial contemporáneo. Estos ámbitos no solo aportan conocimientos técnicos y metodológicos de alto nivel, sino que también garantizan el cumplimiento de la normativa vigente, la mejora continua de los procesos productivos y la protección de la salud pública.

La externalización y consolidación de servicios de apoyo especializados permiten a las empresas alimentarias responder con mayor eficacia a los retos de la globalización, la innovación tecnológica y las crecientes demandas de sostenibilidad.

En consecuencia, el mundo de los servicios se configura como un elemento estratégico y estructural para la competitividad y la resiliencia del sector y de ahí que la organización de ALIMENTARIA los convocara ya desde 1976; pero no solo para el fortalecimiento del propio sector sino también para mejor cumplimiento de las ambiciones del certamen a nivel de su gestión ferial y en especial los relacionados con expositores y visitantes profesionales.

Ingenierías y Tecnologías

El diseño del contenido del certamen contó desde el primer momento con la necesidad de fomentar el uso de la tecnología, fuera de las propias empresas con capacidad de transferirla a terceros, fuera importada.

En los años setenta los efectos de la autarquía y la dificultad de importar bienes y servicios hizo que la industria alimentaria se dedicara, más que a adquirir maquinaria en el exterior, compleja de importar a asimilar conocimiento. Tal situación redundó en la aparición de empresas locales que aprovecharon la convocatoria para una primera puesta de largo de productos de consumo, atesorando tecnologías de proceso o producto. Tal hecho y como relata uno de

los colaboradores más estrechos de la organización de ALIMENTARIA 76, “representa la puesta de largo y el reconocimiento nacional e internacional de la tecnología española a través de una feria comercial”.

Tecnologías que precisarán de empresas de servicios, como ingenierías y de tecnología, que sepan extraer el *know how* de equipos, procesos y productos, ofertando sus servicios en pequeños stands, tan frecuentados por los visitantes como los de los fabricantes marquisitas y en los que figurarán como vecinos expositores, empresas relacionadas con el control de calidad, de su certificación y de seguridad alimentaria (aún no se hablaba de los puntos críticos ni de la trazabilidad).



Todas ellas, auténtico yacimiento de tecnologías transferibles se citarán en la siguiente edición ALIMENTARIA 78, con el I+D de las entidades públicas especializadas que coincidían en el INCYTA

(Instituto de Ciencia y Tecnología Alimentaria) dependiente del CSIC de donde, en aquel momento, colgaban institutos especializados como, entre otros, el IATA de Valencia, el Instituto de la Grasa de Córdoba, el de Investigaciones Pesqueras de Vigo, o los de Fermentaciones Industriales, Frío o Lácteos, de Madrid.



De los encuentros entre investigadores natos, tecnólogos o ingenieros saldrá el caldo de cultivo para las ediciones (1980 y 1982) de

la Reunión Iberoamericana de Ciencia y Tecnología Alimentaria¹ y posteriormente el II Congreso de Tecnología de los Alimentos, en Barcelona, ya coincidiendo con la II edición de TECNOALIMENTA-

1- Estos eventos llegaron a interesar a entidades financieras como el Banco Exterior de España que patrocinó la segunda, al igual que después el argentino Banco de Boston tendría protagonismo en los Congresos de Tecnología.

TITULO	TECNOLOGIA Y DESARROLLO AGRO-ALIMENTARIO	NUEVAS PROTEINAS
COMITE EJECUTIVO	Presidente: Ismael Díaz Yubero (M. Agricultura). Secretario: Carlos Bernat (C. Of. Ing. Técnicos Agrícolas de Cataluña). Vocales: Bernardo Lafuente (INCYTA-IATA, Valencia). José M. Martínez Suárez (Inst. de la Grasa, Sevilla). Alfonso Bonmatí (C. Of. Ing. Agrónomos de Cataluña). Francisco Puchal (Esc. Ing. Técnica Agrícola, Barcelona). Justino Burgos (Facultad Veterinaria, León).	Presidente: J. Garrido Márquez (Ins. de Ferm. Ind. Madrid). Secretario: J. Ferrer Rovira (ANQUE, Secc. Química Agro-Alimentaria, Barcelona). Vocales: Salvador Barber Pérez (INCYTA-IATA, Valencia). Roberto Xalabarder Coca (O. Q. IQS. Grupo Prof. Ind. Alimentaria). F. Rafart Estela (A. Q. IQS. Grupo Prof. Ind. Alimentaria).
MODERADOR		
TEMAS Y CONFERENCIANTES	“La preconservación como factor regulador de la producción en las industrias de conservas y zumos”, por Bernardo Lafuente (IATA. Valencia). “Industrialización de leche ovina y caprina en países de desarrollo”. “Aprovechamiento industrial de residuos de mataderos”. “La industrialización agro-alimentaria a través de las agrupaciones de productores”, por Juan Sansa (Presidente Lecherías Seo de Urgel). “Situación y perspectivas de la Industria Agro-alimentaria en Sudamérica”, por Dr. Guzmán (FAO-Campinas. Brasil).	“Proteínas no convencionales de origen vegetal”, por Etienne Desmitier (Purina Protein Europe, Bélgica). “Bioproteínas de origen celular”, por J. Garrido Márquez (CSIC. Inst. Ferm. Ind. Madrid). “Recuperación y revaloración de proteínas sub-utilizadas procedentes de industrias alimentarias y afines”, por Manuel López-Benito (CSIC. Inst. Inv. Pesqueras. Vigo). “Aspectos nutricionales, legales y toxicológicos de las nuevas proteínas”, por Pilar Navarro Martos (CSIC. Inst. de Nutrición. Madrid). “Tecnología de la aplicación de las nuevas proteínas en los preparados alimenticios”, por S. K. Ulte (UNIMILLS. Unilever. Inglaterra).

Jornadas Técnicas de Ciencia y Tecnología Alimentaria celebradas en ALIMENTARIA 78

RIA en 1987, tras haberse realizado el primero en Buenos Aires (1984).



Folleto del Congreso Mundial de Tecnología de Alimentos celebrado en Barcelona

Ramón Clotet¹



La tecnología alimentaria en los años 70

Todas las décadas tienen sus referentes, pero los años 70 son significativos en la historia de España. Muere Fco. Franco y el país organiza su democracia que le permite irse acercando, lentamente, al mundo libre que evoluciona, en positivo, después de la segunda guerra mundial. Los cambios afectan a los nuevos hábitos y dentro de estos el comer, el qué y el cómo. El cómo genera un nuevo tipo de producto, el producto alimentario envasado, con relativa larga vida comercial y con marca, pero para el país las fronteras comerciales siguen cerradas. Operan los mercados clásicos, pero como una actualización temática de “Bienvenido Mr. Marshall” (1953) aparece ALIMENTARIA 76 en Barcelona, en una feria de muestras, como un espacio de exposición y degustación de los productos, visionados en TVE, pero desconocidos, que compondrán parte de la alimentación futura y elaborados en España. Las colas en los stands de degustación son permanentes. Es toda una novedad.

Pero nada aparece de la nada, en la década anterior un grupo de empresarios con actividad alimentaria son conscientes de los evolutivos cambios en el interior (España) y la necesidad de prepararse en armonía para el exterior (extranjero) en el que, especialmente Europa, es el mercado ideal, habida cuenta de las condiciones agrarias y pesqueras del país que lo hacen idóneo para la producción de productos elaborados. La situación exige como novedad, pues el comercio es una tradición, tecnología y seguridad alimentaria. La tecnología y la seguridad están relacionadas. Los líderes, y su reducido equipo viajan a Europa y Estados Unidos, no pueden importar equipos e ingredientes (estamos en una época de autarquía) pero sí pueden importar conocimiento. Consecuentemente en el país prospera iniciativas que dan ideas a los fabricantes de equipo, agricultores, productores de las materias primas, y también en las universidades hay inquietud de nuevas responsabilidades en la cadena

alimentaria y asume sus compromisos para generar conocimientos y formación para sus cuadros. Así numerosos profesionales de todo tipo (ingenieros, químicos, farmacéuticos, abogados...) se matriculan como alumnos de la Escuela de Bromatología de la Universidad Complutense de Madrid fundada en 1954 y dirigida por el profesor Román Casares, miembro de una saga de científicos dedicados al conocimiento de los diversos caminos que supone avanzar en temas de la seguridad alimentaria. ALIMENTARIA se presenta como una feria más de Barcelona. Pero ALIMENTARIA representa lo que se ha conseguido con el trabajo en equipo de empresa/tecnología/ciencia en la producción de alimentos y que compiten con las primeras marcas mundiales.

Todo complejo esfuerzo común exige un liderazgo. Un ejemplo muy representativo es el del empresario Lluís Carulla Canals. Abogado de profesión al cual el entorno de 1937 le hace comprender el valor estratégico de la disponibilidad alimentaria. Cerradas las importaciones de productos elaborados no disponibles en el país (autarquía), crea una empresa (Gallina Blanca) de productos de gran consumo. Empieza por disponer de tecnología, busca, establece contactos, realiza ensayos que cristalizan en una empresa de elaborados complejos (larga vida comercial) basados en las tecnologías de deshidratación, desde el secado al sol a la liofilización, y sus productos resultan competitivos con los presentes en los mercados externos. Es característico de este periodo, que estos empresarios no solo buscasen el beneficio económico sino el reconocimiento de haber puesto al país tecnológicamente en armonía con países europeos. Y ALIMENTARIA 76 representa la puesta de largo y el reconocimiento nacional e internacional de la tecnología española a través de una feria comercial, no es casualidad que Lluís Carulla fuese su presidente. ¡Qué mayor valor puede tener la tecnología cuando ayuda a la subsistencia!

ALIMENTARIA 78 consolida el concepto de la necesidad de una adecuada tecnología que permita

¹- Presidente de la Fundación Triptolemus

disponer de productos estables y asequibles. El alimento es, en general, un bien escaso y la humanidad desde su asentamiento en el neolítico ha desarrollado tecnologías de conservación, por ejemplo, el salado en países cálidos y el ahumado en los más fríos, hasta llegar hoy a altos niveles en mantenimiento de la calidad sensorial y seguridad como la congelación, la liofilización o las altas presiones. Es en esta visión de coherencia que el impulso de ALIMENTARIA necesita explícitamente del desarrollo de las tecnologías y con este concepto creativo nace TECNOALIMENTARIA 84. Ya en esta primera edición estuvieron presentes amplios paneles explicativos de la labor de los distintos institutos del CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) en investigación científica y tecnológica en las distintas facetas de los alimentos.

La primera y constante necesidad humana es disponer de la energía alimentaria correcta. Las empresas involucradas en la producción y suministro tienen una responsabilidad añadida a la ética empresarial, son una parte fundamental de la existencia y desarrollo humano. ALIMENTARIA no permaneció sólo en visión comercial y tecnológica, demostró su visión global sobre estas funciones y responsabilidades en la sociedad generando un amplio número de grupos de trabajo y debate en áreas sociales, económicas, producción, cultura, consumo, seguridad... presididos por Federico Mayor Zaragoza, Director General de UNESCO, que culminaron en “La Declaración de Barcelona: Los Derechos Alimentarios del Hombre” en una presentación el 7/Marzo/92, presidida por S.M. la reina Sofía. Con esta exposición y la celebración de este evento, el grupo directivo explicitó al mundo que ALIMENTARIA era más que una feria, era también un grupo de pensamiento (un *think tank*) sobre el sistema alimentario.

Esta identidad se ha mantenido, ALIMENTARIA cuenta con la colaboración de Fundación Triptolemos. Esta entidad fue creada (2002) por un grupo de directivos empresariales, rectores y profesores de Universidades y miembros activos de la sociedad civil, como José Luis Bonet, José Arcas, Francisco Fernandez-Payà, Luis Gonzalez

Vaqué, Jaume Pagés, Maria Rodriguez, Jordi Peix, Miguel Escobar, Ismael Diaz-Yubero..., bajo la presidencia de Federico Mayor. Cuenta con el soporte de la ciencia contrastada (son miembros el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y 26 Universidades), empresas, asociaciones de consumidores y de bancos de alimentos, con el objetivo de una formación adecuada al ciudadano y de conocer el funcionamiento global de los sistemas alimentarios, con visión de sistema, en base a la ciencia contrastada y a las empresas responsables y poder recomendar soluciones en el camino de la “Declaración de Barcelona”. Sus objetivos quedan muy bien reflejados en el contenido de la Cátedra UNESCO que le ha sido otorgada: “*Science and Innovation for Sustainable Development: Global Food Production and Safety*”.

Fundación Triptolemos, dirigida por Yvonne Colomer, Dra. en Ingeniería de Sistemas, es considerada como “*partner* estratégico” por ambas ferias participando en múltiples actividades. Como ejemplo se reseña la participación en los diferentes salones desde el 2002 y hasta la más reciente ALIMENTARIA 2024. Forma parte de su Comité Científico y del jurado de los premios Innoval, y con actividades propias está en “Alimentaria HUB” presentando su “Guía de la Innovación en el sistema alimentario” que actualiza en cada edición, a la vez que organiza conferencia-debate sobre la política agroalimentaria de la UE. Asimismo, presenta su propio evento “*FoodTech Transfer*” que ha creado para que las Universidades españolas y centros de investigación (CSIC y otros) puedan presentar en una feria de amplia difusión sus realizaciones en ciencia, tecnología y seguridad en alimentos y alimentación.

Esta colaboración y el trabajo en equipo, asegura que el pensamiento y la acción consecuente presentes en la fundación de ALIMENTARIA por un grupo de visionarios se mantiene, y por sus características puede presentarse como única actividad ferial de impacto mundial que presenta la armonía necesaria entre producto y tecnología y mercado y la hace específica y referente en su género.

La visión de ALIMENTARIA 76 sobre la Artesanía



Plaça del Rei, sede de las primeras jornadas de alimentación artesana

Los organizadores de la primera edición del certamen también se adelantaron en considerar que, la actividad industrial no debía soslayar el reconocimiento y respeto a lo artesano en la alimentación.

Y se adelantaron porque, si en la

actualidad se vincula lo artesano a la acción de producir y crear bienes o servicios cuya cadena de valor posee hitos vinculados al patrimonio cultural inmaterial y material¹, relacionados simbólicamente con el territorio y la construcción de identidad de un colectivo profesional, aquellos profesionales ya comulgaban con esta interpretación.



Plaça del Pi, sede de las jornadas de alimentación artesana que se celebran en Barcelona

Y así lo demostraron inicialmente con la pastelería, al acoger la IV Exposición Nacional de Pastelería Artesana e iniciar, sin materialización en la primera edición, pero sí en las sucesivas, iniciativas que redundarán en genera valor en actividades como

Queso y pan artesano en la plaça del Rei

Fue presentada el president Pujol unas muestras de lo que será la primera demostración de Els artesans de l'alimentació a Catalunya, que bajo el patrocinio de la Generalitat y el Ayuntamiento y coordinada por Prosema se celebrará desde hoy, viernes, día 17, hasta el día 21, en la plaça del Rei, con exposición, mercado y degustación, juntamente con una exposición de utensilios de la artesanía de la alimentación, en el Saló del Tinell, y un ciclo de conferencias sobre quesos, pastelería, vinos y otros temas de la artesanía gastronómica, en el marco de la capilla de Santa Agueda.

La «mostra» de artesanía pretende que los visitantes del mercado de artesanía de la alimentación encuentran todos los quesos, las mieles, los embutidos, conservas caseras, confituras e incluso pan, vinos dulces y generosos o licores artesanos que se producen en Cataluña.

Se podrá escoger entre diversos y variados tipos de miel, y muchos visitantes encontrarán productos que habían oído nombrar, pero nunca habían podido probar.

Miguel Escobar, director de

la Federación Nacional de Promotores de Servicios y Manifestaciones Alimentarias (Prosema), manifestó en el acto de la presentación de las Jornadas, que se está trabajando para que esta «mostra» se convierta en itinerante por las principales localidades catalanas. «Queremos que el público encuentre estos productos artesanales, que los conozca y los consuma; es una manera de contribuir al resurgir de nuestra artesanía de la alimentación.»

Gastronomía y cultura

Resulta preocupante observar la ignorancia que existe en el país acerca de los productos alimenticios artesanales. «Ahora, unos pocos enterados y con inquietud cultural en todo lo que la gastronomía significa cultura, vuelven a interesarse por las plantas aromáticas. Pocos son los que saben que en Cataluña se recogen casi el 90 por ciento de las hierbas aromáticas que se consumen en España. En el Tibidabo, por ejemplo, pueden recogerse la mayoría de las que se necesitan en una cocina bien surtida.»

Por otra parte, no se inventa nada nuevo: algunos países europeos hace tiempo que trabajan para recuperar sus productos artesanos de la alimentación. No se trata de hacer hincapié en la añoranza, sino precisamente de actualizar una artesanía con las mejores técnicas e incluso sanitarias adecuadas.

OPORTUNIDADES

Pantalones desde 200 ptas.
Americanas desde 400 ptas.
Camisas desde 200 ptas.
Aribau, 267, y Pelayo, 52, pral.

por ejemplo los vinos, los quesos, los embutidos o en la recuperación de recetas culinarias, que imprimirán carácter a chefs de futura notoriedad.

Todo ello llevado por profesionales independientes, gremios y asociaciones como por ejemplo la AFQA en quesos artesanos o el Col·lectiu d'Artesans de l'Alimentació, capaces después de organizar sus propias «mostras» dirigidas al gran público, algunas de ellas convocándose aún en la actualidad, tales como las de vinos, embutidos o cuina catalana, en la ciudad de Barcelona.

La iniciativa tuvo lugar inicialmente en pleno Barrio Gótico, en la Plaça del Rei en 1982 y después ya promovido por el propio sector artesanal, en la Plaça del Pi donde se mantiene actualmente la convocatoria.

1- En ALIMENTARIA 78 se realizó un homenaje a la «payesía catalana» instalando en el recinto ferial una gran prensa de aceite denominada «prensa de lliura», procedente de la comarca del Pallars, con la que se exprimió aceituna desde la edad media al siglo XIX. El acto fue presidido por los consellers Rahola y Roig de la GENCAT, en representación del President Tarradellas.

Enric Canut¹



El zorro plateado

Conocí a Miguel Escobar, el creador de Alimentaria en el año 1974, cuando apenas tenía 20 años. Yo había regresado de Holanda especializándome sobre quesos artesanos de granja (los boeren kaas) y debía hacer mi trabajo final de carrera sobre esa realidad ganadera, granjera y quesera que marcó mi vocación profesional.

Fue en ese momento en que mi profesor de tesina de la Universidad me comentó que el director de la reciente creada feria de alimentación, Alimentaria, buscaba un especialista quesero para realizar un trabajo de investigación, y allí que me presenté y conocí personalmente a la persona que no solo marcó mi futuro profesional sino que puso en marcha toda la revolución de los sectores alimentarios artesanos, primero en Cataluña y posteriormente en toda España.

Ya en la Alimentaria de 1978 se presentaron trabajos y estudios sobre la recuperación de los quesos artesanos y los embutidos y chacinas artesanas catalanas. Justo en esa época, las primeras transferencias a las autonomías fueron las del sector de la artesanía, tanto alimentaria como la funcional.

Y fue en esos años en que Alimentaria ayudó a despegar los sectores alimentarios artesanos

incipientes: pasteleros, panaderos, chacineros y apicultores deben al impulso de Alimentaria en 1976 y 1978 su época dorada de imagen y asociativa con la creación de la Federació d'Artesans de Catalunya.

También en los quesos, ayudando a crear en 1980 la Asociación para el Fomento del Queso Artesano - AFQA, que fue el impulsor de la constitución de diversas asociaciones profesionales de queseros artesanos en diversas comunidades españolas y el inicio del reconocimiento del acervo cultural gastronómico español, tanto quesero como de otros sectores alimentarios.

El final de la década de los 70 y los inicios de los 80 del siglo pasado ha sido el período histórico en que la artesanía alimentaria tanto catalana como española ha despegado, pasando de su ostracismo y desconocimiento – incluso persecución por dificultades para su legalización sanitaria- a su esplendor y reconocimiento.

Y todo ello, sin duda, gracias al impulso de Alimentaria durante todos esos años de cambios acelerados, y de la mano de Miguel Escobar, su creador, artífice e impulsor. Para mí, un “zorro plateado” que deambulaba por los despachos con su mirada larga y su sonrisa cautivadora consiguiendo todo aquello necesario para la salvaguarda y desarrollo de la artesanía alimentaria española.

1- Abrió en Barcelona La Formatgeria Catalana (de 1979 a 1980); fundó AFQA (Asociación para el Fomento de los Quesos Artesanos desde 1980 a 1986); y fue cofundador y asesor de Maestros Queseros Artesanos (desde 1982 a 1986); también fue responsable de la Selección y Compras de Quesos y Productos Gastronómicos del Club Vinoselección (de 1986 a 2010). Autor de una decena de libros, en 1996 creó el Centro de Animación de Lácteos “España, el País de los 100 Quesos”, en la feria ALIMENTARIA y también en Barcelona Degusta. Premio Nacional de Gastronomía en 2007 a la Mejor labor de divulgación de la Academia Catalana de Gastronomía.

5.5 El efecto catalizador de ALIMENTARIA 76

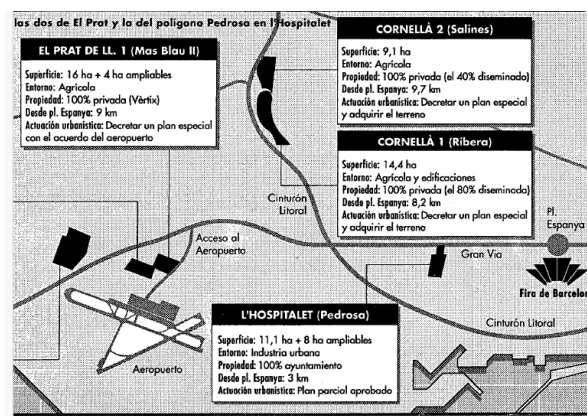


Recinto de Montjuïc en la actualidad

El recinto ferial a examen

Hasta la celebración de la feria ALIMENTARIA 76, la FOIM poseía el principal recinto ferial del estado español y era sede de sus principales manifestaciones comerciales. Sin embargo, la situación de la economía en los años setenta estaba llevando a la institución ferial a una preocupante situación de estancamiento, pese a que ya había tomado la decisión de re-inventarse al crear salones monográficos, tanto dirigidos a sus respectivos targets profesionales, como al gran público.

La transición desde tradicionales certámenes a salones profesionales y monográficos se precipitó con el nuevo estilo que impuso ALIMENTARIA 76. Una feria monográfica y profesional, incipientemente internacional, diseñada desde la demanda, plenamente deseada y consensuada entre sus protagonistas fue la mecha que prendió un apasionado, discutido pero necesario diálogo entre gestores feriales y usuarios de ferias, visto lo vetusto de los espacios(suelos que no aguantaban el peso de la maquinaria que necesariamente debía funcionar, requiriendo una potencia eléctrica que haría saltar el cuadro eléctrico del palacio donde se ubicaba), en ocasiones no bien utilizados para ser comercializados entre los expositores, barreras arquitectónicas fruto de exigencias vecinales al cerrar el recinto al gran público y sobre todo, necesidad de espacio,



Opciones que se barajaron para el nuevo recinto ferial decidiéndose por la de L'Hospitalet

más espacio, como demostró de inmediato ALIMENTARIA, a partir de su tercera edición, ocupando ya todos los palacios feriales de Montjuïc y acudiendo a calles y zonas verdes del recinto, para montar stands de quita y pon.

Diálogo, en ocasiones polémico (en cuanto a si mejora del recinto existente o creación de uno nuevo, dentro o fuera de la ciudad...) pero que, gracias a las sucesivas ediciones de ALIMENTARIA (posteriormente también las de CONSTRUMAT) finalmente se traducirá, años después, en la decisión de crear el espléndido y funcional recinto de Fira 2 en L'Hospitalet.

Hacia servicios eficaces y eficientes para el éxito de una feria

No sólo el recinto ferial precisaba de un cambio. La propia ciudad también.

A mediados de los setenta, la ciudad condal carecía de suficientes parkings en el entorno ferial, así como medios de transporte público (la estación Barcelona-Sants de trenes no se abre hasta 1979), alojamiento hotelero¹, y recursos de ocio (Scala se incendiará en 1978), no estando preparada

1- Para ALIMENTARIA 80, una superior demanda de alojamiento a la oferta hotelera disponible propició que, en el diario La Vanguardia de Barcelona, se solicitaran habitaciones disponibles en los hogares de la ciudad. ALIMENTARIA también sería pionera, en la gestación de pseudo-oferta de pisos turísticos, tan cuestionada en la actualidad.

para recibir profesionales con ganas de business, pero también ávidos de disfrutar de los servicios ofrecidos por la ciudad anfitriona durante los nueve (!) días que duró ALIMENTARIA 76.

Con la I edición del Salón de la Alimentación, se iniciará, tras su clausura, una toma de conciencia sobre algunas de las carencias citadas y en las siguientes ediciones se comenzarán a ver resultados tangibles, en cuanto a favorables mejoras.

Recinto ferial y ciudad que la aloja, no fueron solamente las entidades que abordaron positivos cambios con motivo de ALIMENTARIA 76 .

- Las agencias de publicidad encargadas de la comunicación de las empresas que se convertían en usuarias/expositoras en ALIMENTARIA, recibieron el mandato de incorporar el evento a los planes de marketing, comunicación y



Obsequio del "Huevo de Chocolate" en el stand de Nutrexpa en ALIMENTARIA 76 y que supondría una gran atracción en sucesivas ediciones.

promoción comercial que les confeccionaban.

- Desde la I edición el compromiso, tanto de los pequeños estudios como de las grandes agencias de publicidad, vivieron apasionadamente sus ediciones, empezando por la celebración de las I Jornadas de Comunicación Publicitaria en 1976.
- La prensa profesional² pasó de la dificultad para rellenar páginas con información de interés a competir entre sí, por noticia económico-comerciales o entrevistas con directivos de las empresas del sector pudiendo, además, planificar páginas especiales o números monográficos, donde información de calidad y actualidad, iba acompañada de numerosa publicidad de las



PUBLITEC vocero de ALIMENTARIA en LATAM

Si hay una editorial de revistas técnico-profesionales que destacó en LATAM por promover la existencia y convocatorias de ALIMENTARIA y después TECNOALIMENTARIA, esa fue la argentina Publitec. Sus magazines siempre estuvieron al servicio de la información de dichas ferias y sus reporteros e incluso editor, Nestor Gallibert, visitaron varias, o casi todas, ellas.

Además, desde Publitec se editó el boletín "Alimentos y Mercados", el órgano oficial de comunicación de ALICA que con su colega "El Noticiero de Alica", editado con el apoyo de la organización de ALIMENTARIA, sirvieron para el intercambio comercial y tecnológico entre las empresas europeas y de LATAM, así como de apoyo logístico a los congresos citados.

empresas expositoras.

- También algunas contribuirían a captar expositores y visitantes.
- Las empresas de artes gráficas y sus creativos free-lance, vieron multiplicar sus pedidos de editar carteles, folletos, pancartas... por parte de empresas expositoras, que querían dar a conocer antes y durante, su presencia en el certamen.



Folleto de plan de viaje para visitar IFFA en Frankfurt

²- Si una feria ha gozado del apoyo incondicional de su prensa profesional esa habrá sido ALIMENTARIA. Al menos hasta los años 90, ya que después, cambios en la orientación de las políticas de comunicación de las empresas marquisistas y en la propiedad de las empresas editoriales, las harían menos apasionadas de lo que fueron en materia de colaboración y entrega, en las primeras ediciones.

- Las agencias de viajes, siguiendo el modelo alemán, pasaron de recibir a emitir, ofertando *packs* de viajes, alojamiento y ocio tanto a expositores como a visitantes, ampliando el servicio a esas mismas empresas para viajar a las principales ferias del sector en el extranjero (ANUGA, SIAL, IBA, IFFA....).

- Las empresas de decoración de *stands*, pasaron de ser meras carpinterías a ofertar creaciones donde la riqueza de materiales (dinamizando a sus proveedores también, por ejemplo, en el uso de los perfiles octanorm) permitía hacer creativos *stands* de diseño, algunos de los cuales formaría parte del grupo denominado, “catedrales” por su tamaño, altura (dos pisos) o heterodoxas actividades.



El sistema Octanorm revolucionó el montaje de stands



Azafatas de TEASA y Carmen Triás, su fundadora

- Las empresas de azafatas y relaciones públicas³, se reconvirtieron, pasando de ofrecer profesionales en materia de repartir sonrisas y folletos, a orientadores y casi consejeros, del contenido de cada *stand*, y por supuesto de ALIMENTARIA, una vez hecho el correspondiente y previo *training*.



Cartel de la sala de fiestas Scala

- Los restaurantes y salas de fiesta que en especial, para las noches de los días feriales, debieron reforzar sus plantillas y optimizar la gestión de reservas, para darle varias veces la vuelta las mesas de sus locales.
- Las empresas de organización de congresos que, dada la progresiva internacionalidad de los organizados desde 1976, no sólo desde la organización, sino también por empresas expositoras y visitantes de ALIMENTARIA, debieron reforzar sus equipos técnicos, especialmente los profesionales de traducción simultánea, en ocasiones hasta contratándolos fuera de España.

Ejemplos todos ellos, quedarían más, de la transición que sufren los servicios a ofrecer a las ferias profesionales, con motivo de ALIMENTARIA 76: que pasan de ser un a modo, como señalan sus exégetas, de microcosmos donde sus miembros (no sólo la entidad ferial, expositores, visitantes sino también los proveedores de servicios) crean una cadena que incorpora valor de forma efectiva a todos ellos, lo que a su vez les genera, a cada uno, ventajas competitivas.

3- En ALIMENTARIA 1976 y 1978 predominaron las azafatas con uniforme de color verde (SAYTA) y marrón (TEASA), que pasaron de ser mero personal de apoyo, a lo que, en la actualidad, podrían denominarse facilitadoras, al convertirse en agentes mediadores entre expositores y visitantes. En algunos casos previo *training* por parte de la organización de la feria, ya que las que tenían como misión atender en los puntos de información, tan sólo disponían de un catálogo en papel, en ocasiones poco útil, lo cual generó la aparición por vez primera de uno digital en 1978, pero sin mejorar en practicidad, a la ofrecida por la solución tradicional.

Estamos completos

Una de las consecuencias del éxito de ALIMENTARIA 76 fue dejar en evidencia la baja capacidad hotelera de la ciudad de Barcelona, no preparada en aquel momento, para alojar la imprevista afluencia de visitantes profesionales que la inundó durante los nueve días (!!) que duró la feria y evitar la decepcionante respuesta, al llamar a los hoteles de: “Lo siento, estamos completos”.

Teniendo como referencia las ferias alemanas, la organización de ALIMENTARIA se armó de las herramientas necesarias para que eso no se repitiera, pese a que en 1980 aún tenía que verse, como la oficina turística municipal pedía habitaciones a su ciudadanía, para alquilar a los visitantes del certamen y así atender el exceso de demanda.

Entre esas herramientas la principal fue disponer de una agencia de viajes en el seno de la organización, capaz de negociar técnicamente con la oferta hotelera, y sus centrales de reservas, paquetes de viaje y alojamiento, que permitiera maximizar su nivel disponible y prestar servicios plus tanto a expositores como visitantes.

Ello llevó a extender la oferta a la periferia de la ciudad condal, como, por ejemplo, la villa veraniega de Castelldefels a 15 km de Montjuïc, garantizando que alojarse allí no suponía un hándicap, para el público visitante profesional de la feria.

Pero hubo más. Disponer de un servicio de viajes

(la primera agencia concertada fue Viajes Marsans, en aquella época era propiedad del INI) en la organización de ALIMENTARIA permitió ofertar packs de viaje y alojamiento a también expositores y visitantes para viajar a las principales ferias del sector en Europa, tales como ANUGA, SIAL, IFFA, IBA, ISM,... lo que les permitía fácilmente resolver, salir al exterior, de forma mancomunada.

De esa forma, las empresas podían gozar de ventajas tales como reservas garantizadas, traslados colectivos, según el número disponibilidad de un guía, usar el punto de información del stand de ALIMENTARIA en la feria visitada, puesto que se aprovechaba para dar a conocer las fechas y características de la convocatoria en promoción, y lo más importante, ser protagonistas de un *networking* valioso para todos; ya que esos viajes colectivos permitían conocerse mejor a sus usuarios e incluso realizar transacciones comerciales entre sí, a bordo de los aviones o en las salas de espera de los aeropuertos, los restaurantes de la ciudad y como no, en la propia feria visitada.

El servicio de viajes cumplió un importante papel en las primeras ediciones de ALIMENTARIA, arañando alojamientos en el área metropolitana de Barcelona; baste señalar que la ciudad no alcanzó la disponibilidad de 15.000 plazas hasta 1980, llegando a las 20.000 tan sólo cuando en 1986 fue declarada sede de los JJOO, fecha la de 1992 que le llevó a 30.000 y de ahí ya a las 75.000 que ofrecía en 2024.



Manel Vila del Olmo¹



Cómo la publicidad alimentaria se reinventó tras 1976

La aparición de las primeras ferias alimentarias en 1976 supuso un antes y un después para la comunicación en el sector de alimentación y bebidas. Lo que hasta entonces eran anuncios aislados evolucionó hacia **campañas integradas** que debían coordinar presencia en feria, producto, narrativa de marca y acción comercial. Las agencias comprendieron que la feria no era un escaparate más: era el eje desde el que se articulaba la estrategia anual.

Este salto exigió una agilidad creativa inédita y abrió la puerta a un nuevo perfil profesional: **el creativo freelance**, capaz de aportar ideas rápidas, formatos experimentales y conceptos específicos para stands y lanzamientos. Paralelamente, la **promoción de ventas** se incorporó como instrumento esencial para captar distribuidores y dinamizar la actividad comercial durante y después de los eventos.

La presencia ferial pasó a ser un símbolo de estatus. Las grandes marcas compitieron por construir espacios cada vez más espectaculares hasta originar las célebres **“catedrales”**: stands concebidos como auténticas obras de arquitectura efímera y declaración de poder de marca. Esta teatralidad comercial impulsó también el crecimiento de nuevas especialidades: las **agencias de comunicación y RR. PP.**, encargadas de gestionar reputación, medios y relaciones institucionales en torno a cada feria y cada campaña.

El proceso culminó en los años ochenta con la institucionalización de la competitividad creativa. Surgieron premios y concursos —como los **Best Pack**— que ordenaron el sector, elevaron estándares y confirmaron que la publicidad alimentaria se había convertido en una disciplina con personalidad propia.

En apenas una década, la industria pasó de la

ALIMENTARIA76 y el lanzamiento de nuevos productos

Agencias de publicidad y sus clientes, no desearon la convocatoria de esta feria para el lanzamiento de nuevos productos que presentar a su clientela profesional. Fue el caso de NUTREXPA, que además crearía una corriente de atención sobre el modo de presentar Cola Cao Vit.



Según Ignacio Ferrero, en aquel momento secretario general de NUTREXPA, “el objetivo del huevo de chocolate era la presentación (en su interior) del producto Cola Cao Vit”... Hemos aprovechado el símbolo de ALIMENTARIA 76 para presentar el nuevo hijo de la familia NUTREXPA”.

Posteriormente, el nuevo producto sería reforzado con acciones complementarias como la incorporación de la figura de Snoopy a los mensajes, spots de tv como los que se pueden visionar en **este enlace** y sobre todo la promoción llevada a cabo obsequiando, con el producto, el single del Patrick Hernandez, “Born to be Alive” gran éxito en 1979.

Con independencia de la vida de Cola Cao Vit en los lineales de los supermercados, el huevo de chocolate sería uno de los iconos corpóreos de las sucesivas ediciones de ALIMENTARIA, convirtiéndose para NUTREXPA en un imán para la atracción de visitantes profesionales a su stand, situado durante muchos años en el denominado Palacio del Cincuentenario.

publicidad táctica a la **comunicación estratégica**, de los anuncios a las campañas completas y de los stands funcionales a las “catedrales”. Una transformación que redefinió para siempre la forma de comunicar en el mundo de la alimentación y las bebidas.

¹- CEO de Vila del Olmo y Asociados

Editor primus inter pares

Conocí a Miguel de Haro en la primavera de 1975 cuando aún ALIMENTARIA no tenía el Vb de la Comisaría de Ferias y yo era gerente de la AED, con un ambicioso programa de seminarios, estudios y reuniones a ejecutar, financiado por el IRESCO de Manuel de Hermenegildo.



Miguel de Haro

De Haro, además de sus actividades de editor y director de revistas profesionales de publicidad, marketing y distribución formaba parte de la “quinta del CETED”, y nos ayudó a desarrollar el programa, dada la experiencia que poseía en el sector y en la organización de jornadas profesionales y Congresos.

Y es que este autentico gentleman funda en 1962 la revista “Ipmark”, con la que inicia una larga trayectoria en el sector editorial, pues le sumaría en 1974, “Distribución Actualidad”, hoy DA/Retail; publicación que crearía con visión y apuesta de futuro, ante la llegada a España de los primeros hipermercados y, con ellos, el vuelco esperado del comercio moderno.

Otras cabeceras, como “Nueva Empresa” y “Restauración News”, llegarían después, en unos años de intensa actividad, que alterna con la labor educativa, como creador y director de la primera Escuela de Publicidad y Relaciones Públicas de España, o ser profesor en Icade, de la Escuela Oficial de Publicidad y de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense.

De Haro sumaría una tercera faceta centrada en el mundo asociativo voluntario, como fundador y directivo de los Clubs de Marketing de Barcelona y Madrid; la Asociación de Editores de Publicaciones Periódicas, de la que era presidente de honor, y de

la Fundación Guadix 2020, creada para el desarrollo económico de esta comarca andaluza.

De sus múltiples actividades, siempre importantes, lo he elegido para recordar y agradecer la gran labor que realizó la prensa técnica del sector, una vez que tras el verano de 1975 demarró la promoción de ALIMENTARIA 76 y donde tanto los editores como los directores de las revistas, se entregaron en cuerpo y alma a destacar, a sus anunciantes y lectores, las características de aquella primera edición, con muy poco tiempo para organizarla debidamente.

Ello no debe hacer olvidar otros nombres que sin ánimo exhaustivo podrían denominarse cabezas de serie de su ámbito informativo: Como Rafael Rincón desde Aral; Federico Montagud desde Molinería y Panadería; Carlos Ayala desde Carnica 2000; Victor Fuentes desde la Semana Vitivinícola o el propio Carlos Barros desde su revista Alimentaria; sin olvidar al que abrió el certamen hacia el exterior, a través de los premios europeos que convocaba: Arsenio Pardo creador de “El Comestible” de editorial OFICE.

Durante los años ochenta, todas esas publicaciones y más que se fundaron al socaire del desarrollo del sector alimentario y del certamen, fueron correa de transmisión de novedades y noticias hacia la profesión. Corriente informativa que en los años noventa conoció las consecuencias de integrarse, las más importantes, en internacionales “*Global Publisher*”, con sus virtudes y defectos.

Pese ello, Miguel de Haro fue de los que supo salir adelante y además de reinventar su portfolio de manchetras, creó Restauración News, una publicación cuyo desempeño informativo se alinea con las revistas de negocios de restauración más leídas, a nivel internacional actualmente.

Después, vinieron las RRSS; pero su edad ya no le dio tiempo de protagonizar el liderazgo de una nueva re-invencción.

M.C.

Miquel Toronell¹



De proveedor a partner: cuando la colaboración se convierte en ventaja competitiva

Meses antes de que se hiciera oficial la convocatoria de ALIMENTARIA 76, uno de los artífices de su creación, Miguel Escobar, reunió de un modo informal, a nuestro padre Miquel Toronell Valls y José Bárzano, en aquel momento titulares de las empresas de decoración de ferias, más importantes en España, para comunicarnos que nuestra misión en el futuro iba a pasar de meros proveedores de material para construcción de stands a partners de instituciones feriales, organizadores de ferias y por supuesto, expositores de ellas,

Aseveración que fundamentó en la aparición del Salón Internacional de la Alimentación, como feria monográfica y profesional previéndose ya en aquel momento, un potencial de crecimiento inusitado, que rompería los tradicionales esquemas de desarrollo de eventos feriales.

Y no se equivocó. Si bien ya ALIMENTARIA 76 apuntaba nuevas maneras respecto a las ferias organizadas en España, sus sólo seis meses para prepararla dejó pendiente de desarrollo muchas innovaciones y contenidos, inicialmente previstos, que ya en la siguiente edición serían evidentes y base de una nueva etapa en materia de eficiencia ferial.

En ALIMENTARIA 78 ocupando todo el recinto ferial sus organizadores dejaron de manifiesto que, tanto ellos como los expositores, planteaban nuevas ambiciones tales como las de identidad corporativa, convertir los *stands* en auténticas oficinas de ventas y los que fabricaban o comercializaban maquinaria su necesario funcionamiento,

La llamada "Carpeta de Servicios" del expositor, se convirtió en autentico vademécum, para preparar debidamente una feria de las características de ALIMENTARIA, yendo más allá de contener el mero contrato de alquiler de espacio para ofrecer toda

gama de servicios.

Fue desde esas fechas que nuestra empresa ha venido acompañando activamente la transformación del sector ferial en España, aportando ideas, sistemas y una forma de hacer basada en el compromiso, la innovación y el cuidado por cada detalle.

En cuanto a compromiso, como partners de instituciones feriales u organizadores de certámenes nos volcamos en darle identidad propia a la arquitectura del recinto; tanto la visible como la invisible, mientras a los expositores les ofrecíamos soluciones que bien respondían a necesidades funcionales o de servicios plenos.

Y ello nos llevó a la innovación; Impulsados por la demanda de eficiencia en ferias, desarrollando el primer sistema modular de España. Incorporamos estructuras de acero y adaptamos el sistema de perfiles de aluminio y banda 20, abriendo una nueva etapa en el diseño de stands reutilizables, preparándonos para el abandono del diseño lineal y comulgar con el de tipo circular

Por otra parte, con las sucesivas ediciones de ALIMENTARIA surgieron nuevos retos ;tales como la construcción de pabellones colectivos, la mayor parte de las ocasiones superando fácilmente los 1.000m² de superficie; como fue el caso de los de las organizaciones gubernamentales de los países de la CEE, ávidos de que sus empresas exportadoras participaran con garantía de solvente practicidad ferial o más tarde, los pabellones de las Autonomías del estado español, buscando en sus primeras apariciones más que el business la notoriedad de su propia potencial alimentario.

Otro de los retos, en las primeras ediciones de ALIMENTARIA fue dar respuesta a la necesidad de personalización de *stands* para empresas, buscando no sólo llevar los rasgos de su marca al terreno ferial, sino también sus planes de promoción y publicidad (entrando en juego ahora, agencias

¹- Business Unit Director of Servis Group

Opinión (cont.)

de publicidad, comunicación y RRPP) con lo cual debimos esmerarnos en ofrecer nuevas soluciones en materia de formas, materiales y acabados, no sólo para realizaciones en el interior de los palacios feriales, sino también fuera, debido a que la demanda de espacio superaba el disponible o a que la empresa expositora deseaba una singularidad tal, que le alejara de la de su competencia. Y así fue como, por ejemplo, la Avenida María Cristina en Montjuïc, se convirtió en un nuevo palacio ferial "al aire libre".

Ejemplos, los relatados, de nuestra actividad en consecución de satisfactorios resultados para nuestra clientela, basados en poner sumo cuidado en cada necesario detalle y que nos llevará hacia la oferta de servicios plenos; desde el diseño del stand hasta su montaje y desmontaje, pasando por la tramitación de permisos cerca de instituciones y organizaciones feriales, incluso en ferias extranjeras, dados los progresivos requisitos exigidos en materia de normativa, como por ejemplo, y ya en

la actualidad, en temas medio ambientales, donde partimos de la necesidad de que el cliente crea en ellos.

La idea es poder ver, en el *briefing* que se redacte conjuntamente, las posibilidades sostenibles, estudiando tiempos de montaje, eligiendo el material, planificando el porcentaje de su aprovechamiento y minimizando residuos, para gestionarlos óptimamente en la etapa de desmontaje, de forma que se recicle lo posible y se solvente con éxito el destino de lo que no se recicle.

Tras 61 años de retos y oportunidades hemos superado ya la producción anual de 200.000 m² de stands. Cifra que no hubiera sido posible alcanzar sin haber entendido que nuestra misión, tal como aventuraba Miguel Escobar, estaba en convertirnos en *partners*. Algo clave para construir relaciones que perduren en el tiempo con nuestros clientes, ya sean entidades feriales o empresas expositoras.

Opinión

Vanessa López Bofill¹



Una historia que nació en ALIMENTARIA y sigue caminando hacia el futuro

TEASA nació entre los pasillos de ALIMENTARIA 76 en Barcelona, en una época en la que las ferias se vivían con otra mirada, pero con la misma ilusión de siempre. Allí, Carmen Trias del Romero dio sus primeros pasos y comenzó a construir, con esfuerzo, dedicación y una enorme vocación de servicio, lo que hoy es mucho más que una empresa: es una forma de entender el trabajo.

Aquellos primeros stands, aquellas azafatas impecables, aquellas jornadas interminables entre muestras, catálogos y clientes fueron el inicio de una historia hecha de cercanía, profesionalidad y cariño por los detalles. Carmen no solo creó TEASA, creó una familia profesional y dejó una manera de hacer que sigue viva actualmente.

Gran emoción supuso tomar su relevo. Fue ella y fue TEASA quienes me enseñaron todo lo que hoy sé. Todo lo que aprendí a su lado intento ahora trasladarlo a nuestras azafatas, con una visión renovada, actual y adaptada a los nuevos tiempos, pero sin perder nunca la esencia que ella nos inculcó: el respeto, la entrega, la elegancia, la excelencia y el trato humano.

Mi objetivo es seguir su camino con una mirada moderna, digital y conectada con el presente, pero con el mismo corazón con el que nació esta empresa. Porque las ferias han cambiado, la forma de comunicar ha evolucionado, pero los valores siguen siendo los mismos.

TEASA es pasado, presente y futuro.

Una historia que empezó en ALIMENTARIA y que sigue escribiéndose cada día, con la misma pasión.

¹- Directora de TEASA Hostess Agency

5.6 Plataforma idónea de iniciativas feriales

De Regiones en Desarrollo a Pabellones Autonómicos

A nadie le puede pasar desapercibido la perspicacia de la organización de ALIMENTARIA 76 al incluir una zona expositiva para las Regiones en Desarrollo.

Era época de incipientes medidas de fortalecimiento de la riqueza territorial, bien por contenerlas los Planes de Desarrollo (finiquitados) o bien porque en Francia la DATAR (1963), había puesto al desarrollo regional, en el punto de mira de la política económica de la V República de De Gaulle.



Lo cierto es que las ediciones de ALIMENTARIA, desde su primera edición recogieron el testigo del Gobierno de España, que en aquel tiempo había disuelto el Ministerio de Planificación del Desarrollo y empezaron a alojar oferta de suelo y producto agroalimentario de las principales regiones españolas hasta que, una vez constituidas las distintas Autonomías en el estado español, la mayoría de ellas pasaron a ser asiduas participantes del certamen, con pabellones de apreciable dimensión. En 1988 participarían 15 autonomías con sus respectivos stands colectivos repletos de empresas.



Noticia en El Noticiero Universal

El ministro de Comercio inauguró el Salón

Calvo Sotelo destacó el papel «regional» de «Alimentaria-76»

«En el orden político tengo la convicción de que los problemas de la libertad se arreglan también con más libertad, y en esa línea, que es la del Gobierno, creo que vamos avanzando con el ritmo posible», afirmó ayer el ministro de Comercio, don Leopoldo Calvo Sotelo, en el acto de inauguración oficial de «Alimentaria 76», I Salón Internacional de la Alimentación con Grafitispack, que se celebra en el Recinto Ferial de Montjuïc, en Barcelona.

El ministro había llegado procedente de Madrid en compañía del subsecretario de Mercado Interior, señor Liadó, el director general de Comercio Interior, señor Pareja y el director general del Fresco, señor de Hermenegildo.

En el acto inaugural estuvieron presentes las primeras autoridades locales y el comité organizador del certamen.

El señor Riba Ortíz, presidente de la Institución Ferial pronunció un discurso en el que resaltó que la Muestra representaba la culminación de los deseos de la industria alimentaria. A continuación don Luis Carulla, en su calidad de presidente del Salón hizo uso de la palabra. En el curso de su parlamento se refirió a las dificultades por las que ha tenido que atravesar la fase de creación de esta primera Manifestación; para subrayar finalmente el éxito de la misma, tanto desde el punto de vista de expositores, como de compradores nacionales y extranjeros.

Luego habló el ministro de Comercio quien destacó la importancia de la «industria alimentaria» que —dijo— emplea a un 13 por ciento de la población activa industrial, que supone un 11 por ciento del producto industrial bruto y exporta más de 25.000 millones de pesetas al año.

«Me parece —prosiguió el señor Calvo Sotelo— que no debo silenciar el acierto de la convocatoria a este Salón de las regiones en vías de desarrollo, cuyo despegue industrial tiene un firme apoyo preclaro en las industrias que transforman los productos agrarios y ganaderos, tan extensamente representados aquí. A estas regiones quiero decirles que la desaparición del Ministerio de Planificación no significa un abandono de la acción regional, sino la devolución del órgano administrativo correspondiente al ámbito adscrito para su mejor eficacia: la Presidencia del Gobierno; y permite al mismo tiempo la pausa mínima necesaria para buscar nuevos modos a esa acción, una vez agotadas las posibilidades renovadoras de los cauces abiertos por los primeros planes de desarrollo. En este sentido me complace anunciar el próximo envío a las Cortes de un Proyecto de Ley que regula y perfecciona el instrumento de las Sociedades para el desarrollo Regional; entre los pabellones de este Salón está el de SODIGA Sociedad para el Desarrollo Industrial de Galicia, que preside a lo largo de sus tres primeros años de vida, en medio de las dificultades que aquel Proyecto de Ley vendrá a allanar.»

Reseña de La Vanguardia

De Pabellones Autonómicos a Salones Autonómicos

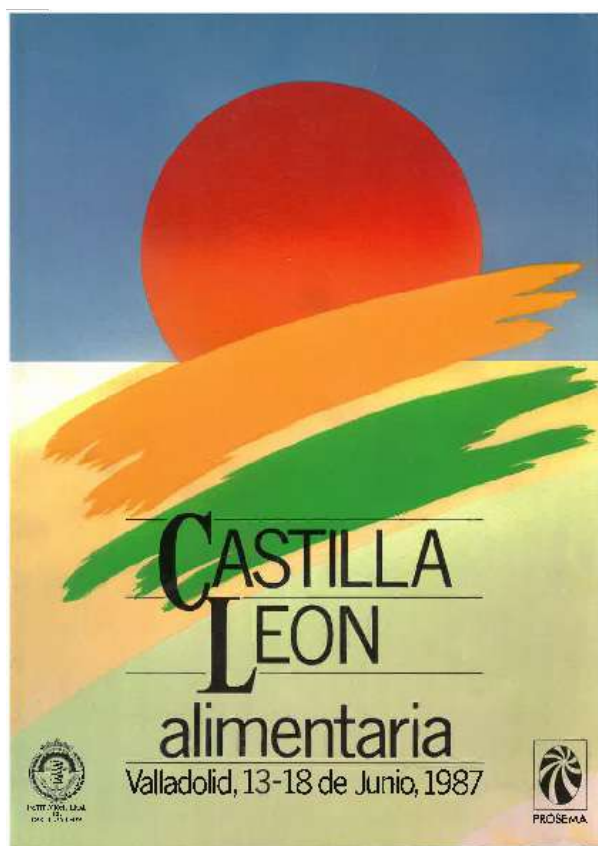
Pero no sólo eso, las citadas Autonomías aprendieron rápidamente que, también ellas, podían tener un salón de la alimentación, si carecían de él o reinventar el poseído, pero enfocado a profesionales, no al gran público.

Es así como, desde la organización de ALIMENTARIA se llegó a colaborar estrechamente con entidades públicas y privadas de las Autonomías para proyectar, convocar y realizar salones de alimentación; como p.ej el de CASTILLA LEON ALIMENTARIA (1987) en Valladolid, que llegó incluso



Recinto de Bouzas en el puerto de Vigo donde se construyó toda la feria VIGOALIMENTARIA 87

a provocar la renovación total de su recinto ferial. O el de MEDAL en Sevilla en el año de la flamante EXPO, por no citar el de Castilla La Mancha en Valdepeñas (1986) o VIGOALIMENTARIA (1987) en Galicia, mientras que para la Comunidad de Madrid cabría citar los ENCUENTROS ALIMENTARIOS de FENADA o los de LINEAL (1990), en una bisoña IFEMA, con inclinación a la oferta de equipamiento comercial.



Incluso habría la oportunidad de internacionalizar el modelo, con la convocatoria de LISBOA ALIMENTARIA en Portugal; inicio de una actividad notable en años venideros, en cuanto a organización de certámenes en el extranjero.

El warming up de INTERVIN

En la naturaleza, algunos ecosistemas alcanzan tal grado de madurez que una de sus ramas evoluciona hasta convertirse en un entorno propio, especializando, pero siempre conectado a su origen.

Algo similar ocurrió con el sector del vino dentro de ALIMENTARIA. Lo que comenzó como un territorio fértil integrado en el conjunto de la feria fue creciendo, diversificándose y generando un valor añadido tan específico que reclamó su propio espacio: un área independiente, con identidad y dinámicas propias, capaz de competir y atraer oportunidades en un mercado global altamente exigente.

Sin embargo, esta evolución nunca significó ruptura. Igual que un árbol mantiene la savia común que alimenta cada una de sus ramas, el nuevo espacio del vino sigue operando bajo el paraguas estratégico de los organizadores de ALIMENTARIA: objetivos alineados, gobernanza compartida y una visión conjunta orientada a impulsar negocio, internacionalización y *networking* de alto nivel.

Esta independencia funcional, combinada con una dirección y un propósito comunes, es precisamente lo que fortalece su posicionamiento y garantiza su crecimiento sostenible en el tiempo.

En la primera edición de ALIMENTARIA 76 el vino y los licores estuvieron más que correctamente representados, ya que el sector venía de atravesar una dura crisis de mercado y además estaba en plena fase de transición, de una época en la que existía gran excedente de vino y prevalecía la cantidad sobre la calidad.

Por otra parte, el sector licorista venía siendo asediado por una exacerbada fiscalidad recaudatoria que llevó a que, en 1975, los impuestos representaran entre el 50 y 60% del PVP.

Y en materia de ferias, había cierta fatiga sobre las convocatorias de la feria VINEXPO, que había nacido en Madrid, en 1974, para su celebración anual en la Casa de Campo, atravesando varios cambios de orientación por falta de respuesta de la demanda, lo que le llevó primero a cambiar su sede de celebración a Sevilla y después desconvocarse a mediados de los ochenta, cuando ya el sector se había percatado que quien reunía a los compradores era ALIMENTARIA.

Así pues, tanto las principales bodegas marquisas de vinos y cava como las que se acogían las D.O., aun incipientes en aquel momento, con un INDO regulándolas, más una amplia oferta de bebidas internacionales (Portugal con el vino de Oporto se llevó suma notoriedad) muy apoyadas por los



Cognacs y brandys, pilares del sector Vinos y bebidas alcohólicas en las primeras ediciones de ALIMENTARIA

principales importadores de *long drinks*, ya fueran blancas o marrones, más los iconos de las tiendas



Las burbujas del cava presentes en todas las ALIMENTARIA hasta llegar INTERVIN

locales de vinos y destilados, tales como Murriá, Quilez, Lafuente, Figuerola o Escolá, constituyeron un importante bloque expositor, casi 400 marcas, que no dejaría de crecer en cuanto a espacio ocupado, hasta llegar (fueron ediciones –las siguientes– que contaban ya

con el empuje profesional de los Sol, Peñín, Gallimberti o López Cañís desde sus leídas publicaciones), a crear en el seno de ALIMENTARIA 82 a INTERVIN como salón con tal crecimiento (una edición se realizó en la Estación de Francia, por falta de espacio en el recinto de Montjuïc) e identidad propia que terminaría convocándose, independientemente de ALIMENTARIA, e incluso cambiando su nombre y formato, pues ahora se llama y triunfa como Barcelona Wine Week.

Volviendo a ALIMENTARIA 76 en su capítulo de animación y actos, que los hubo y muchos, cabría recordar la notoriedad que tuvo la Subasta Internacional de Vinos y el Concurso de Coctelería que reunió a 24 barman de reconocida solvencia profesional.

En cuanto a la subasta, hay que destacar su atipicidad, puesto que de los 728 lotes presentados y tan sólo 254 que se pujaron, quienes lo hicieron no eran los típicos coleccionistas de añadas, profesionales o no, o buenos bebedores, sino las propias bodegas propietarias de las marcas, con el fin de dotar de notoriedad a su presencia en el certamen. Algunas sí lo lograron, como Bodegas Berberana que llegó a pujar por un caldo suyo de cosecha 1952, por valor de 100.000 de las antiguas pesetas.



Barra de la coctelería Boadas en Barcelona



Cartel anunciador de la Subasta de Vinos en ALIMENTARIA 76

Miguel A. Torres¹



Sobre ALIMENTARIA y la evolución de las ferias vinícolas en España¹

ALIMENTARIA fue clave para la expansión del sector agroalimentario español. Nació en plena transición, en 1976, cuando España empezaba abrirse al mundo después de décadas de aislamiento, convirtiéndose en el escaparate ideal para mostrar la calidad y diversidad de nuestros productos. A lo largo de los años ha sabido adaptarse a los cambios y necesidades de la industria y revalidar, pese a las adversidades, su condición de certamen español de referencia para el sector agroalimentario y su posición entre las ferias alimentarias más importantes del mundo.

La decisión de celebrarse en Barcelona fue también importante para la ciudad en ese momento, que se proyectó a nivel internacional. Y para nosotros, como empresa catalana, supuso una excelente oportunidad para estar cerca del epicentro de la actividad comercial e implicarnos en su desarrollo.

ALIMENTARIA propuso un exitoso modelo basado en la sectorización y la especialización, que con los años fue evolucionando y expandiéndose, siempre apostando por la internacionalización. En 1982 se creó INTERVIN, el salón específico del vino dentro de ALIMENTARIA que supuso un gran soporte para nuestro sector.

Nuestra implicación fue firme y constante desde el principio, convencidos del valor de este salón en

la promoción de los vinos y productos españoles. Mi hermano Juan María Torres fue presidente de INTERVIN entre 2004 y 2014 e hizo un gran trabajo para potenciar el carácter internacional del certamen y convertirlo en un centro de oportunidades de negocio a nivel global y en un claro referente internacional para el sector. Él siempre defendió que ALIMENTARIA, en tanto que salón de salones, fuera un hito construido entre toda la industria, tanto catalana como española e internacional, y convertido en un patrimonio de país del que había que sentirse orgulloso.

INTERVIN, a su vez, fue adaptándose a las necesidades, retos y tendencias del sector. Por la dimensión de ALIMENTARIA y su periodicidad bienal, en 2018, se planteó la conveniencia de evolucionar este modelo y disponer de un espacio propio, que se celebrara cada año y separado de ALIMENTACION. La propuesta fue Barcelona Wine Week, que se celebró por primera vez en febrero 2020 y que se ha consolidado, en tan solo cinco años, en un referente del sector del vino español, con mayor presencia de visitantes internacionales año tras año.

La evolución de ALIMENTARIA, INTERVIN y ahora la BARCELONA WINE WEEK va ligada a la evolución del sector. Han sido, y siguen siendo, motores de cambio, espacios de encuentro y plataformas de proyección internacional que han contribuido al desarrollo y progreso del sector vitivinícola español y a su proyección internacional.

¹- Presidente Ejecutivo de Familia Torres (en transición).

5.7 Internacionalización y Fomento de la exportación

Las puertas giratorias de ALIMENTARIA

ALIMENTARIA se irá consolidando como una auténtica puerta giratoria del comercio internacional, donde convergen flujos de importación y exportación en un movimiento continuo. A través de sus expositores y visitantes, se generarán oportunidades que permitirán la entrada de productos y tecnologías procedentes del exterior, al tiempo que se impulsan las exportaciones hacia nuevos mercados. Este dinamismo convertirá al evento en un nodo estratégico para la internacionalización empresarial, fomentando la creación de alianzas, la transferencia de conocimiento y el crecimiento económico en ambos sentidos del intercambio.



La internacionalización, será una asignatura pendiente en 1976, que se aprobaría con sobresaliente

en 1978 y matrícula de honor a partir de 1980, hasta nuestros días.



El tiempo escaso que medió entre la autorización oficial del certamen y la celebración de su primera edición, no permitió a la FOIM llegar a tiempo para presentar el oportuno dossier y calificarla como internacional, tanto a nivel de expositores como de visitantes, ante la UFI (Unión Internacional de Ferias), lo que le hubiera otorgado mayor reconocimiento y notoriedad en los mercados exteriores y plantando cara además, desde su nacimiento, a sus grandes rivales a batir: SIAL en París y ANUGA en Colonia.

Por otra parte, la captación de expositores y visitantes extranjeros se encontró con todas las barreras posibles: a nivel político, España estaba contra las cuerdas por una serie de acontecimientos de todos conocidos, y a nivel económico se dudaba de la fortaleza, que la tenía, del sector alimentario tanto como comprador como vendedor. La devaluación de la peseta haría el resto.

Los expositores -importadores en ALIMENTARIA 76 promoviendo los quesos suizos

Esas carencias tuvieron un revulsivo positivo. Por un lado, hubo organismos de promoción de exportaciones como la SOPEXA francesa (del icónico gallo) que actuó de valedor de ALIMENTARIA ante sus colegas de aquella CEE, hoy UE, y empresas importadoras como las del sector quesero o de long drinks, que fueron auténticos embajadores de la causa.

Tal fue así que, atendida la petición de entrar en la UFI, llegaron a Barcelona miembros de la NOWEA,



Luis Maria Sastre (dcha.) miembro del C.O. de ALIMENTARIA presentando a Arsenio Pardo (izq.) organizador de los premios Alimentación Europa

visitantes extranjeros, ordenando que los titulares de las ofcome colaboraran directamente en el proceso de selección; hasta el punto que, sus titulares en aquellos países donde identificaron oportunidades de exportación para los expositores de Alimentaria, se convirtieron en sus apasionados y auténticos “*ambassadors*” seleccionando jefes de compras de importantes empresas de *food retail* e importadores especializados.

Josep Capdevila i Nogue¹



Aves que vienen y van

Con las primeras alimentarias, llegaron gran cantidad de productos muy novedosos en nuestro sector, tanto en aves de gran calidad como en el mundo del foiegras y de la caza.

Con la incorporación en Cataluña de granjas industriales criando aves como pollo y pavo, las de crianza al aire libre, de razas tradicionales, provenientes de Francia, con más días de vida así como su oferta en despiece, aparecidas en ALIMENTARIA, complementaron un espacio con falta de variedades como pintada, pularda, capón, pato, pichón, pavo campero, oca, además de sus ofertas en despiece especial y con cantidades suficientes para el mercado.

También la oferta en el mundo del foiegras nos llegó a estas ferias tanto en producto fresco como

elaborado; referencias muy pedidas con la explosión de la nueva cocina que precisaba estos suministros con regularidad y cantidad.

En el mundo de la caza, en que había oferta española sirvió para constatar las referencias y presentaciones imperantes en Europa para mejorar las salas de despiece y poder iniciar unas exportaciones que no existían, dando a conocer la calidad de producto existente aquí.

En resumen, las primeras ediciones de ALIMENTARIA fueron una explosión en materia de nuevos productos, de gran calidad, con unas presentaciones muy prácticas, con tratamientos que mejoraban la vida del producto, con trazabilidad y control de su origen.

1- CEO de Avinova

Jaime Martínez de Ubago¹



Ubago: medio siglo de historia compartida con la Feria Alimentaria

En los años setenta, Ubago vivió una transformación que marcaría su historia y la del sector alimentario español. Desde 1977 nuestra participación ininterrumpida en la Feria ALIMENTARIA de Barcelona ha sido mucho más que una acción comercial: ha representado una apuesta firme por la innovación, la internacionalización y el crecimiento compartido.

La empresa fue fundada por nuestro padre en 1952. Con el tiempo, mi hermano Eugenio y yo asumimos la dirección, junto a nuestra hermana Isabel y con el apoyo contable de José Luis Roselló. Posteriormente adquirimos una fábrica de harinas de pescado, y recuerdo cómo muchas trabajadoras llegaban en bicicleta. Años después, lo hacían en coche, y el aparcamiento se nos quedó pequeño. Era una señal clara de que algo estaba cambiando.

La expansión continuó con la compra de la empresa danesa Ahumados Vensy España, lo que nos permitió introducir el salmón en sobres de 100 gramos en el sector alimentario del mercado español, siendo pioneros en este formato. Ampliamos la gama con productos como trucha, anchoas, palometa, caballa, surimi, huevas de caviar, mojama, patés de salmón, lomo de pez espada, atún, arenques, entre otros.

Simultáneamente, comercializábamos conservas de pescado de CONSERVAS YAGO, fundada por nuestro abuelo Eugenio Escuredo, especializada en atún y mariscos como berberechos, anchoas,

mejillones, almejas, navajas y pasta de anchoas. Personalmente, compatibilicé la venta de productos de ambas empresas en Madrid.

La internacionalización nos llevó a ferias como Lisboa, SIAL en París y ANUGA en Colonia. En aquellos años, llevábamos las muestras en nuestras propias maletas, y PROEXPA organizaba misiones comerciales en los hoteles donde nos alojábamos, con el respaldo de las Oficinas Comerciales de las Embajadas. Fue un trabajo en equipo, lleno de entusiasmo y vocación comercial, en el que fue clave la iniciativa y coordinación de Mario Cañizal.

Uno de los hitos más significativos fue la introducción del langostillo —nuestro querido corruco— en conserva. Su éxito impulsó una revolución en el sector pesquero, con cientos de barcos equipados con modernas maquinillas de arrastre importadas de Galicia. Ubago lideró la captura y fabricación, alcanzando las 4.000 toneladas en una sola campaña de pesca.

Hoy, con la perspectiva que da el tiempo, comprendemos el valor de aquella entrega sin medida. Celebrar el 50 aniversario de la Feria ALIMENTARIA es también rendir homenaje a todas las empresas que apostaron desde el principio por este espacio de encuentro y proyección internacional.

Actualmente, Ubago Group supera los 250 millones de euros en facturación anual.

Gracias a PROEXPA y a la organización de ALIMENTARIA por acompañarnos durante medio siglo de historia compartida.

¹- Fundador de Conservas Ubago.

Puente entre América Latina y Medio Oriente

Por último, que no al final, quedaba por abordar el tema del mercado de América Latina (en aquella época Iberoamérica y ahora LATAM). La magnitud del mercado, distinto y distante parecía poco abordable en la edición de 1976. Y lo fue.

Sin embargo, ya ese mismo año, el mercado comenzó a estudiarse y tratarse siendo de nuevo (recuérdese Sao Paulo en 1974) la dinámica empresarial la que se puso en marcha para lograr tal ambición. Una misión empresarial organizada por PROEXPA, patrocinada por el Ministerio de Comercio, recaló en Venezuela y tomó contacto con CAVIDEA la patronal del sector alimentario en dicho país, que en ese momento era sumamente respetable en el continente por su potencial económico, en especial de compra de alimentos y bebidas.

Con visión supranacional CAVIDEA introdujo a ALIMENTARIA (un miembro de la misión exportadora de PROEXPA pertenecía a su organización) en ALICA (asociación latinoamericana de cámaras de empresas de alimentación) con sede en Montevideo y que agrupaba a las asociaciones de empresas de alimentación de países como Argentina, Uruguay, Venezuela, Colombia, Perú, Ecuador, México...



Reuniones del Consejo Directivo de ALICA en Ciudad de México, Panamá y Sao Paulo. En este ultima con presencia del delegado del Instituto de Cooperación Iberoamericana del Gobierno de España

Desde esa misión de exportadores hasta principios de los noventa, las relaciones comerciales y tecnológicas con empresas de los países del área ahora denominada LATAM, tomaron tal calibre que bien puede decirse que muchas de las transacciones pasaron por las ediciones de Alimentaria.

Y ello gracias a las labores realizadas, tales como:

- Estrechar vínculos de colaboración con ALICA, sus asociaciones miembros y a su vez, sus empresas. Numerosos congresos de los que, dicha entidad, convocó en diferentes países sirvieron para que empresas españolas practicasen *networking*.



Logo de la filial ecuatoriana de Conservas Garavilla

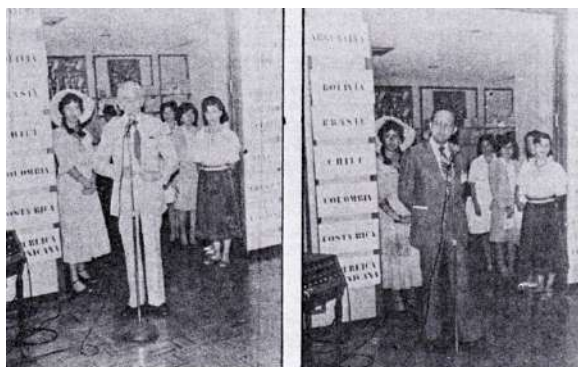
- Recíprocamente ALICA y sus miembros respaldaron las convocatorias (hasta 3) de la Reunión Iberoamericana de Ciencia y Tecnología de Alimentos en distintas ediciones de Alimentaria.



Mesa de Inversiones Extranjeras compuesta por (de izq a dcha) representaciones de ALIMENTARIA, CAVIDEA (Venezuela), SIEX (Venezuela), ICI (Gobierno de España) ANDI (Colombia) dentro de la II Reunión Iberoamericana (ALIMENTARIA 82)

- Aumentar los contactos con los organismos de promoción de exportaciones de los países de LATAM donde PROCHILE y el ICE mexicano tuvieron un papel singular en cuanto a garantía para los demás, así como, extendida a nivel privado a entidades con vocación exportadora como FNC (Federación Nacional de Cafeteros) en Colombia, CONAPROLE en Uruguay o la argentina JNC (Junta Nacional de Carnes).
- Dar credibilidad al potencial de contacto de los Gobiernos de España, tanto los que presidió Suárez como González) en temas alimentarios, mediante una colaboración con el ICI, Instituto de Cooperación Iberoamericana, donde la

organización de ALIMENTARIA se encargó de seleccionar consultores para programas supranacionales como los de la JUNAC (Junta del Acuerdo de Cartagena) el PACTO ANDINO, pero también para asistencia puntual a sectores específicos.



El Dr. Carlos Bas, presidente del CENIP de España y el Dr. Ramón Clotet, presidente de AITA y director técnico de ESTE, conferencistas españoles en el Congreso de ALICA.

- Participar a través de PROEXPA en misiones oficiales de exportadores a Guatemala, México y Puerto Rico, por un lado, o a Argentina y Chile, por otro, además de la inicial a Venezuela.
- Colaboración con el Banco de Boston en Argentina para apoyar el I Congreso de Tecnología de Alimentos en 1984, celebrado en Buenos Aires, que se repetiría después en TECNOALIMENTARIA 87, así como la presencia de empresarios andaluces, en una misión promovida por la JUNTA de Andalucía, para iniciativas de transferencia de tecnología.
- Actuar de mediadora para que se celebrara en Barcelona (1987) una reunión entre ALICA y la AFFI, Arab Federation for Food Industries, con presencia de un delegado de ONUDI y con el

fin de estrechar vínculos comerciales y convertir la ciudad condal y las ferias alimentarias, en centro de reunión de sus respectivas empresas.



Folleto en lengua árabe de ALIMENTARIA 76

Con relación a la internacionalización en los países árabes, ALIMENTARIA ya se dirigió a sus empresas desde el mismo 1976, promoviendo la captación de compradores de dicha área económica, la cual tomó más importancia cuando se logró que los habituales visitantes de la feria, en sus posteriores ediciones, formaran parte de un club de empresarios que bajo el nombre de ALIMENTARIA HISPANOARABE¹ realizó labores de mediación comercial entre ellos y las empresas expositoras españolas.



Hanna Zaccour, promotor de ALIMENTARIA HISPANO ÁRABE

1- Este club fue promovido con los contactos generados en las primeras ediciones del certamen más los abiertos por PROEXPA, tras organizar una misión comercial de exportadores a Egipto-Arabia Saudí-Kuwait y gracias al apoyo de Abella Group (trading libanés con intereses en Europa en materia de foodservice) que, incluso, facilitó medios para celebrar una jornada gastronómica española en Jordania.

Tomás Socías¹



Auténtico puente entre Europa y América Latina

Durante las dos primeras ediciones de la feria ALIMENTARIA en Barcelona, en 1976 y 1978, fui testigo directo y activo protagonista de la creación de una importante red de contactos, entre empresas de alimentación y bebidas de España y América Latina,

Singular hecho que sirvió para acreditar uno de los valores de dicho certamen y que persevera en la actualidad, Servir de puente entre los sectores alimentarios de España y América Latina, además de extender su capacidad de convocatoria a empresas del mundo árabe.

De tal manera, que organizaciones como la Cámara Venezolana de Industria de Alimentos (CAVIDEA) y la Asociación Latinoamericana de Industriales y Cámaras de Alimentos (ALICA) organizaron alrededor de unas 18 Misiones Empresariales de industriales de la alimentación, que representaron a América Latina en la búsqueda de coinversión y transferencia de tecnología, a través de las distintas ediciones de la feria ALIMENTARIA primero y TECNOALIMENTARIA después, por espacio de más de 20 años, en los que ALICA actuó de entidad empresarial supranacional.

Complementando las visitas a las exposiciones, en Barcelona, se realizaron reuniones en materia de cooperación económica y técnica con organismos internacionales como FAO, ONUDI o el CCI de Ginebra, bajo el patrocinio y colaboración del Gobierno

de España (Instituto de Cooperación Iberoamericana) y de la Generalitat de Cataluña.

Igualmente, Barcelona sirvió, en fechas feriales, para una importante reunión empresarial entre las cámaras de alimentos asociadas a ALICA y las correspondientes de países árabes con membresía en la AFFI, Arab Federation of Food Industries.

Reuniones que se extendieron después, a partir de 1986, a contar con empresas europeas fruto de la integración de España en la CEE, hoy Unión Europea.

También en esos 20 años las empresas españolas utilizaron las reuniones del Consejo directivo de ALICA y sus periódicos Congresos, para entablar conversaciones profesionales con empresas de los países sede de dichas reuniones internacionales, dando lugar a la firma de acuerdos institucionales y también inter-empresas, utilizando el apoyo logístico de una secretaría mixta con oficinas abiertas en Barcelona y Montevideo, sede de ALICA, donde su secretario general, Eduardo Fresco asumió funciones estratégicas para el desarrollo de los encuentros.

Aquellos profesionales que, hace 50 años, fuimos pioneros en el estrechamiento de relaciones empresariales entre la industria de alimentos de ambos continentes, nos congratulamos de que en pleno Siglo XXI, ALIMENTARIA siga siendo idónea plataforma para los intercambios comerciales y tecnológicos; no solo de empresas de las tres áreas económicas citadas, sino también de todo el mundo.

1- Fue Director general de Cavidea (Venezuela), presidente de ALICA, Ministro de Industria del Gobierno de Venezuela y embajador-delegado de dicho país en ONUDI en los años ochenta. Es actualmente analista político y económico y CEO de Grupo Estrategias y Alimentaria, en Venezuela.

Eduardo Fresco¹



El papel de ALICA en la unión de empresas alimentarias de Latam

La Asociación Latinoamericana de Industriales y Cámaras de la Alimentación (ALICA), entidad que tuve el honor de dirigir como Secretario Ejecutivo durante muchos años, fue la representante del sector de la región y sus objetivos principales fueron contribuir al relacionamiento entre sus miembros y procurar el crecimiento del sector.

En esta última línea fue muy relevante el vínculo que desarrollamos con el sector de alimentos de España. Eso se logró gracias a nuestra presencia en varias ediciones de la feria ALIMENTARIA, a partir de las cuales se produjeron inúmeros contactos con los líderes españoles de la industria y con instituciones del gobierno de España.

Recuerdo con gran aprecio y valoración el rol que cumplió entonces Mario Cañizal, representando a la organización de ALIMENTARIA, quien se transformó, con su proverbial entusiasmo y gran eficiencia, en el motor de muchas reuniones en nuestros países y en España, proyectos conjuntos, y muchas otras actividades que fueron semiente de relaciones Inter empresas de largo aliento.

Años después y con la visión que permite el tiempo transcurrido, digo con satisfacción que valieron la pena tantos esfuerzos, reuniones y viajes de ida y vuelta, proyectos iniciados entonces y tantas otras realizaciones pues se generó un vínculo sólido

entre colegas iberoamericanos de ambos lados del Atlántico.

Quiero agradecer a la organización de ALIMENTARIA por su rol principal en todo lo que se logró y, sin temor a equivocarme, me tomo la libertad de señalar que Mario Cañizal, con su gran capacidad, don de relacionamiento y manifiesto afecto a nuestros países, se convirtió en un destacado “ciudadano latinoamericano”.

Años después de finalizar mi labor en ALICA, junto a un grupo de empresarios del sector lácteo de varios países –varios de ellos participantes en actividades que mencioné– creamos la Federación Panamericana de Lechería (FEPALE) y me tocó la responsabilidad de dirigirla durante 23 años en calidad de Secretario General.

Aprovechando el modelo de trabajo que desarrollamos con España gracias a la organización de ALIMENTARIA logramos generar un vínculo con empresas e instituciones de ese país. Replicamos los encuentros en ambos lados del océano; varios proyectos de cooperación echaron a andar y dieron muy buenos frutos; surgieron vínculos y asociaciones de empresas de nuestros países con españolas que están en plena vigencia. También por esto expreso mi agradecimiento a Mario Cañizal al haberme abierto caminos para seguir profundizando lazos y crear nuevos con el sector alimentario español.

¹- Ex Secretario general de ALICA y FEPALE.

Miguel Esteve¹



Del foodretail al foodtech consulting¹

Nunca pensé que un trabajo de consultoría, en materia de *marketing research*, para un organismo supranacional andino, terminaría haciéndome especialista en materia de transferencia de tecnología alimentaria, entre España y América Latina (LATAM).

Todo empezó con el acuerdo entre nuestro gran jefe en el Instituto DYM, Ignacio Borés con los directivos de la organización de ALIMENTARIA, para poner en marcha el proyecto de cooperación que la Junta de Acuerdo de Cartagena (JUNAC), órgano ejecutivo del Pacto Andino, estaba intentando elaborar en materia de estrategia alimentaria para los cinco países que formaban dicha unión.

Trabajo que, a su vez, formaba parte del plan de consultorías que el Instituto de Cooperación Iberoamericana, del Gobierno de España, había confiado al grupo profesional que estaba intentando, con las experiencias vividas en 1976 y sobre todo en 1978, hacer del Salón de la Alimentación, en la FOIM de Barcelona, el foco de las relaciones comerciales y tecnológicas entre España y los países LATAM.

Con el apoyo incondicional de la Dra. Salazar de Buckle, encargada en Lima, sede de la JUNAC, del plan andino, estuve elaborando un estudio sobre el desarrollo de productos alimenticios basados en materias primas de las regiones andinas, caracterizados por su bajo costo y alto valor nutricional, lo cual me permitió ver las enormes posibilidades que tenía la industria alimentaria española, de transferir tecnología, tanto de producto como de proceso.

Posteriormente, dicha oportunidad la apliqué en primera persona y empecé a asesorar a empresas españolas, además de seguir colaborando con la organización de ALIMENTARIA en la identificación de proyectos agroindustriales, que pudieran ser cubiertos con la oferta de sus empresas expositoras; a la vez que, países LATAM participaron en

la feria, para informar sobre las posibilidades de exportaciones, coinversión y cooperación en materia alimentaria.

Una y otra ambición no fue sencilla de ejecutar. A nivel institucional la JUNAC legislaba de forma muy proteccionista en materia de co-inversiones y joint-ventures, ya que sus famosas Decisiones 24 y 103, reducían los porcentajes de repatriación de beneficios para los inversores extranjeros y a nivel privado, nuestras empresas apenas conocían que sus procesos y productos atesoraban tecnologías transferibles, con lo que se hizo preciso la labor de inventariarlas, tal como preveían en gran medida los objetivos que contenían las ambiciones de las primeras ediciones de ALIMENTARIA.

Pese a las dificultades, fui protagonista y testigo de importantes iniciativas tales como la invitación a dos de los titulares de la SIEX (Superintendencia de Inversiones Extranjeras) de Venezuela (país cuya boyante economía en los años ochenta hará que lidere a sus cuatro socios andinos) para presidir sendas misiones empresariales al certamen en 1980 y 1982 o las plurales de las organizadas por ALICA.

Mientras, en el nuevo continente empezarán empresas pesqueras y conserveras a instalarse en Perú y en las costas de Ecuador (el caso de Garavilla, en Manta, es un referente) principalmente. Este último país será sede una de la primera instalación de fabricación de jamón cocido con tecnología española, concretamente, catalana, que aún hoy sigue en activo, aunque en manos desde hace una década, de un conglomerado empresarial internacional.

Serán los años ochenta importantes para mi desempeño profesional y arraigo definitivo con la relatada misión, focalizada principalmente en Perú, hasta mi retiro profesional; pero he de manifestar que sin la labor previa de los artífices de las primeras ediciones de la feria ALIMENTARIA, no se podría haber avanzado en la apertura y desarrollo de iniciativas (que después desarrollarían asociaciones como p.ej.

¹- Consultor agro-industrial.

Opinión (cont.)

AMEC), dada las posturas cortoplacistas, en aquel momento, de los sucesivos gobiernos de España; perdedoras por goleada ante las políticas de cooperación agroindustrial de países tales como , como Holanda , Alemania o Italia , quienes aparecían con sólidas ofertas de cooperación agro-industrial en todos los rincones de cualquier país.

Baste recordar, por anecdótico que sea, la importancia y utilidad que la Sociedad Italiana Garibaldi o el Boletín “Ecuador News” han tenido, para fomentar intercambios comerciales y tecnológicos entre ambos países y donde por ejemplo, la presencia del afamado personaje en la ciudad de Guayaquil, logró que se instalara una importante colonia de empresarios italianos en dicha ciudad costeña.

Opinión

Enric Riera Valls



Desde el principio de los tiempos¹

¿Cómo empezó todo?, se preguntaba el protagonista de una novela muy leída en su tiempo, que se llamaba “El americano Impasible” y de la que se hicieron dos versiones cinematográficas totalmente contradictorias: El que era el villano en una era el héroe en la otra y viceversa².

Pues bien: A estas alturas, yo no sólo me pregunto cómo empezó todo, sino también qué es lo que empezó, quién lo empezó, como continuó todo, como acabó todo, cuando empezó todo y dónde empezó todo. En definitiva: Aquello de “Pienso luego existo”; ¿Cómo se aplicaría a los que ya no pensamos³, pero seguimos existiendo?

Sirva todo este preámbulo para justificar que mi colaboración sea vaga y confusa⁴. En efecto: No recuerdo cuando empezó, ni cuando acabó, ni el detalle de los cursos o conferencias que di.

Si mal no recuerdo, di unas ponencias en las Jornadas Técnicas de un par de ediciones de ALIMENTARIA. He olvidado en qué años fueron, pero diría que fue a finales de los 70 o principios

de los 80. Mi tema preferido en aquella época⁵, era hacer notar que la forma óptima de mantener una calidad adecuada de los productos es la prevención: No sólo para garantizar los resultados, sino para hacerlo de la forma más económica posible. Y que, si esto es aplicable en cualquier Industria, en la Industria Alimentaria es especialmente dramático, porque algunos de los defectos a evitar pueden tener consecuencias graves, incluso mortales para quienes consumieran los posibles alimentos alterados. Y para este tipo de alteraciones, no hay control a posteriori que valga, por más riguroso que se pretenda hacerlo. Sólo vale la prevención: Hacer las cosas de tal manera, que la alteración sea imposible.

Mi impresión, después de los años transcurridos, es que prediqué en gran medida a los conversos. Porque hablé en Jornadas Técnicas y en consecuencia, la mayoría de los asistentes eran técnicos: Que comprendían perfectamente los razonamientos⁶, pero a menudo se encontraban en niveles no ejecutivos de las organizaciones y carecían de la autoridad suficiente para implantar los cambios

1- Consultor en Tecnología Alimentaria.

2- La segunda versión, para mi gusto mucho mejor desde el punto de vista cinematográfico, era la más fiel a la novela en que se basaban ambas.

3- Aunque recordamos vagamente que en algún tiempo si lo hicimos.

4- Pero no “vaga y maleante”, como se llamaba a los incómodos, en aquellos años del franquismo, tan ensalzados ahora por los que no los conocieron.

5- Que se podría llamar “Prevía a la apoteosis de las normas referenciales alimentarias” (BRC, IFS, ISO 22000, etc.).

6- En muchos casos, quizás mejor que yo mismo, pero en aquella época, mis oyentes eran personas educadas que si lo que decía podía considerarse razonablemente cierto, no se sentían obligados a alardear de que ya lo sabían.

necesarios. Era una época en que las direcciones de muchas empresas de la industria alimentaria no habían asumido aún la necesidad de liderar personalmente la calidad de los productos y los que trabajábamos en este campo nos maravillábamos, por no decir que teníamos envidia, de los progresos que conseguían las empresas de automoción o las de electrónica.

Un comentario aparte merece la “Consulta Técnica sobre Gestión de la Calidad en la Industria Alimentaria” en Colombia, país maravilloso, tan maltratado por sus élites y por sus presuntos salvadores. Se trató de una serie de seminarios que se celebraron en Medellín, Bogotá y Cali, entre el 28 de noviembre y el 5 de diciembre, de 1983⁷, en el marco de la cooperación que desarrollaba la organización de ALIMENTARIA con la entidad supranacional empresarial de ALICA..

El contexto fue parecido al de las Jornadas Técnicas en Barcelona, que he comentado antes. Aunque con una diferencia importante. Entre los asistentes, había una mayor proporción de empresarios y creo que muchos de ellos captaron el mensaje: “¡Esto es Marketing!” Me dijo entusiasmado uno de ellos, al final del seminario. Creo que se dio cuenta de que se podía implantar un enfoque proactivo de la gestión de la calidad, que podía ayudarle a mejorar la gestión global de la empresa, tanto en el apartado de los costes, como en el apartado de los ingresos.

En fin; Los que no tenemos ni el ingenio, ni las palabras, ni el valor, ni los gestos, ni la elocuencia ni el poder necesarios para mover los corazones, tenemos que tomar prestados esos dones de quienes sí los recibieron⁸. Yo he usado una canción de Mari Trini⁹ para el título y acabo parafraseando una canción del malogrado Patxi Andón: “Les he contado, a mi modo, lo que pasó y lo que sentí”¹⁰.

7- En este caso, organización de ALIMENTARIA ha sido más diligente que yo y me ha facilitado la información sobre las fechas exactas de celebración. Es imperdonable que yo no las recordara, después de la amabilidad y la cortesía con que fui tratado. Los continuos ofrecimientos; “¿Le provoca un tinto?” (Por ¿Le apetece un café?) o los comentarios; “¡Es Vd. muy querido!” para agradecer cualquier muestra de cortesía por mi parte, fueron un remanso de buena educación, cuando yo procedía de un país que ya entonces se había olvidado bastante de sus modales.

8- En otras palabras, hemos de plagiar.

9- “Je vous écris du fond des temps

D’un siècle mort il y a longtemps

Où j’ai passé ma vie rebelle”

(Mari Trini ; “La Bouteille a la mort”).

10- Patxi Andion; “Compañera”.

5.8 Pioneros en la Gestión del Talento

Haciendo crecer a organizaciones, empresas y personas

Término poco conocido entre las empresas, en los años 70, en el seno de la organización de ALIMENTARIA ya se practicaba la gestión del talento, al identificar, potenciar y fidelizar a personas que compondrían su equipo ejecutivo partiendo, de un lado, de una selección de expertos feriales de FOIM, en especial para atender a expositores y su implantación en la feria y por otra parte, de profesionales con experiencia en marketing y ventas, así como procesos y tecnología, procedentes del sector alimentario.

Con una visión a largo plazo, el equipo ejecutivo, se fue alineando con los objetivos estratégicos de la feria, puesto que no hay que olvidar que, para la primera edición se contó, con tan sólo seis meses de preparación y puesta en escena; por lo que puede decirse que se trabajó tanto para la edición de 1976, como la de 1978.

El valor diferencial y la creatividad de aquellos profesionales les catapultó hacia escalar posiciones de mayor rango; desde puestos directivos a responsables de los salones y ferias que llevarían la impronta de ALIMENTARIA, en el seno, o no, de FOIM (después FIRA de Barcelona).

También hubo quien tentado por *head hunters* acabó en empresas del sector de alimentación, creando la suya propia o fichados por administraciones supranacionales (FAO, UE...) del estado español o autonómicas (uno de ellos llegó a consejero) por su conocimiento en servicios feriales, sobre el sector alimentario o mercados exteriores.

El foco en las personas

Pero aún fue más importante el interés que puso la organización de ALIMENTARIA en apoyar el fortalecimiento del talento de los técnicos del sector,

inmersos en serios compromisos en materia de actualización de conocimiento y habilidades¹, dada la rápida evolución del sector en los años setenta.

La necesidad de recursos humanos para incorporarse a los nuevos puestos de trabajo, en las empresas usuarias de nuevas tecnologías, supondrá otro reto para ALIMENTARIA76: atraer al certamen a la universidad y escuelas de formación especializadas en la industria alimentaria.

Si desde punto de vista de la demanda en el sector comercial, ya con la AED en el seno del Comité Organizador de ALIMENTARIA 76 se colaboraría con el IRESCO, que estaba creando la nueva especialidad de Asistentes Técnicos Comerciales, en área industrial se cooperaría con colegios profesionales ya creados, como será el caso de los Ingenieros Agrónomos o la Escuela de Graduados Químicos del IQS, con su Grupo profesional de Industrias Alimentarias, atentos a los cambios en la legislación y uso de aditivos alimentarios, o bien se coadyuvará a la creación de sindicatos de cuadros como fue AITA (Asociación Interprofesional de Técnicos en Alimentación). Será componentes de esta asociación, los que se encargarán de crear modelos territoriales en las autonomías y en Catalunya, como en el caso de ACTA o ACCA.



Associació Catalana de
CIENTÍFICS I TECNÒLEGS
DELS ALIMENTS



Associació Catalana
de Ciències
de l'Alimentació
Filial de l'Institut d'Estudis Catalans

Logos de ACTA y ACCA

Por otra parte, serán técnicos de esta asociación y otros profesionales vinculados a la organización de ALIMENTARIA, los que propondrán a la FUNDACIO BOSCH i GIMPERA que, dentro de sus Estudis de Formació Continuada, se convoque el *I Curs Superior d'Economia Agroalimentaria* en 1991,

¹ - Un caso singular se dará en el sector del queso artesano donde el apoyo a un joven investigador generará un desarrollo, sin precedentes, en materia de positiva repercusión en las sucesivas ediciones de ALIMENTARIA. Será el de Enric Canut. Otro, sería el de apoyar a un periodista gastronómico, a la vez que cocinero, en la tarea de recopilación, por toda Catalunya, de recetas que se habían perdido en hogares y tabernas de sus más recónditos pueblos, contribuyendo con tal tarea a lo que sería "la nova cultura del menjar". Será el de Llorenç Torrado.



Folleto del Curso organizado por la Fundación Boix Gimpera que terminaría en un Master, primero en la Fundación y después en el marco de la UPC

Talante y talento: LMGV

Lo que aquí se relata es poco o nada conocido y un buen ejemplo, de los muchos que ha habido, de cómo desde la organización de ALIMENTARIA, en sus primeras ediciones, ya se reconocía y apoyaba el talento de sus más estrechos colaboradores. En este caso el de Luis María González Vaqué.



Nos conocimos en 1977 como consecuencia de entrevistarme en su rol de redactor de la revista El Comestible, cuyo editor era Arsenio Pardo, siendo su publicación en tabloide, de lo más leída por los detallistas de alimentación.

Pronto vimos sus cualidades y le invitamos a formar parte del departamento de comunicación y prensa de ALIMENTARIA; donde estuvo poco tiempo ya que su vocación, como abogado, era la legislación alimentaria y sobre consumo; lo que le llevó a ser uno de los promotores y presidente de la OCUC, no sin antes acudir a asistir a los organizadores de ALIMENTARIA en el impulso y creación de AEFEMAQ, asociación de fabricantes de maquinaria cárnica, siendo su primer secretario general.

Sus permanentes inquietudes profesionales, le llevaron a aplicar para un cargo en la FAO y ahí le sirvió de mucho acreditar que había estado trabajando estrechamente, en organizaciones del sector alimentario español como las citadas. Tras lograr entrar en 1982, en ese organismo, en Roma,

que acabaría siendo un Máster de la UPC y cuyos mismos dinamizadores formarán un sólido pilar para la creación, después, de la FUNDACION TRIPTOLEMUS.



No cabe duda de que ALIMENTARIA, en los años setenta, aportó su grano de arena a la gestión del talento, acompañando a profesionales y empresas hacia el éxito compartido.

Y por supuesto en las sucesivas ediciones, mucho más.

llegaría a ser jefe del departamento de Legislación Alimentaria, Veterinaria y Fitosanitaria.

En 1987 el Gobierno de España precisa de enviar a Bruselas cualificados profesionales en legislación y seguridad alimentaria. De nuevo aplica por un cargo en la Comisión Europea y logra desempeño profesional en la División "Productos alimenticios", de la DG III, pasando después a ser jefe de la División "Aplicación de los artículos 28 a 30 CE y eliminación de las restricciones a los intercambios", de la DG XV durante casi una década, terminando por ser consejero en la Dirección General de Mercado Interior y Servicios de la Comisión Europea, Bruselas, retirándose en 2010.

Escritor, orador y pedagogo impenitente, acudió allí donde le llamaban: recorrió docenas de países, participando activamente en entidades como la Asociación Europea para el Derecho Alimentario (AEDA) así como de la Asociación Catalana de Ciencias de la Alimentación (*Institut d'Estudis Catalans*) y en la iniciativa *Save Food* de la FAO.

Fue también presidente de la Asociación Iberoamericana para el Derecho Alimentario y del *China-European Union Food Law Working Party*, así como responsable del área de políticas alimentarias de la Fundación Triptolemos.

Este comentario tenía previsto haberlo escrito él, ya que le entusiasmaba contar el origen de su relación profesional con una joven ALIMENTARIA; pero en el verano de 2023 nos abandonó de forma discreta, tal como le había gustado actuar siempre, durante toda su vida.

M.C.

5.9 Relación con el Gran Público

Adiós a la feria del bocadillo

Un hándicap más con el que se encontró la organización de ALIMENTARIA 76, fue el de tomar la necesaria decisión de evitar que, el público no profesional, entrara en el certamen.

Se tardará años en lograrlo, pero ya desde la primera edición se tuvieron que tomar algunas medidas restrictivas, no sin entrar en polémica con algunas organizaciones de consumidores como la Agrupación de Amas de Hogar, que presidía Margarita Font, la cual llevó el tema hasta el Gobierno Civil de Barcelona (recuérdese la época).

Se venía de una FIB, la feria de junio también llamada “del bocadillo”, donde la ciudadanía campaba a sus anchas. Ya con la aparición de los sectores de Alimentación en las ediciones de 1973 y 1974, hubo problemas para conciliar ambiciones de visitantes profesionales y no profesionales, en los stands de empresas de alimentación y bebidas.

Para la edición de 1976 el tema se resolvió fácilmente, dado que la duración comprendía dos fines de semana: sábados y domingos, la exposición quedaría abierta también al público, mientras que los días laborables solo aceptaría profesionales.

En esos fines de semana, el gran público tuvo la oportunidad de visitar un completo y flamante supermercado de 1.000 m², montado con la ayuda de Caprabo, en la que podían observar en los lineales y muebles de frío, los productos de los expositores e incluso adquirirlos.

Con la edición de 1976 clausurada, se estudió la posibilidad de organizar un Salón de Orientación al Consumidor, pero el proyecto no prosperó.

Para las siguientes ediciones aún el tema no quedó zanjado, puesto que, pese a que la organización determinó subir el precio de las entradas en la taquilla, aún hubo filtraciones debido al irregular uso de entradas para profesionales, distribuidas por los expositores, que llegaban a manos del gran público, teniéndose también que subir el precio de éstas para limitar la excesiva circulación de invitaciones.

Sólo con la reducción de fechas, en cuanto a la



El humorista el Perich se hizo eco en La Vanguardia de lo oneroso de entrar por taquilla en ALIMENTARIA-82. Presumimos que no conocía el motivo de tal alto precio para el bolsillo del ciudadano

duración de los siguientes certámenes y la no coincidencia con fines de semana, pudo el asunto ir resolviéndose, feliz y finalmente.

Iniciativas extramuros

Sin embargo, era evidente que una feria de alimentación y bebidas llamaba la atención y la ciudadanía quería saber de ella. No en vano la ciudad condal estaba abarrotada de banderolas y vallas anunciando la celebración del evento.

Así que la organización de ALIMENTARIA empezaría a arbitrar iniciativas tales como promover jornadas gastronómicas en los principales hoteles y restaurantes de la ciudad; celebrar actos en salas de espectáculos como Scala (la sala de fiestas para 1.000 personas que se incendió en 1978) y recintos singulares (la “Noche del Expositor” llevó a éste, a lugares como El Born) y –ya en los ochenta–, impulsar la exposición de alimentos artesanos, para su venta al público, en la Plaça del Rei (1983) en pleno barrio gótico y las presentaciones del certamen en el Mercat de la Boqueria (1981).

La aceptación por la ciudadanía de este tipo de iniciativas, llevaría a la organización de ALIMENTARIA



a colaborar e impulsar acciones de mayor envergadura, empezando por la I Mostra del Vins (1980), apoyada por el INCAVI (GENCAT) y el sector vinícola, con degustaciones, en pleno centro de la ciudad; añadiéndose a este evento, años después (1983) la *Mostra de Embotits i Cànics*, apoyada por la FECIC.

**"Conexiu
més encara
els bons vins de
Catalunya"**
Son l'esforç de la nostra pagesia

**1ª MOSTRA DELS
VINS DE
CATALUNYA**
Rambla de Catalunya
Del 20 al 28 de Setembre
Organitzada per:

INCAVI
INSTITUT CATALÀ
DE LA VINYA I DEL VI
Dept. d'Agricultura, Ramaderia i Pesca

Manifestaciones enfocadas al consumidor, que aún perduran en la actualidad y que se completarían con el apoyo a las convocadas y organizadas directamente por el *Col·lectiu d'Artesans de l'Alimentació de Catalunya* (food y non food) o por la AFQA.

Ese respeto por considerar a quien es el último eslabón de la cadena alimentaria aún tendría en sucesivas ediciones de ALIMENTARIA, iniciativas destacables tales como, entre otras,



Información aparecida en los medios USA sobre la relación entre Colón y la Liberty en el marco del proyecto Honey Moon

- La colaboración con los artífices del *Honey Moon Project* (1986-1992).
- La creación de la Asociación para el desarrollo de la Dieta Mediterránea, en la que se basaría el nacimiento de la FUNDACION PARA LA DIETA MEDITERRANEA.

Pero, sobre todo:

- Los trabajos (1991-1992) para elaborar la Declaración de Barcelona sobre "Los Derechos Alimentarios del Hombre", con notoriedad supranacional y podría decirse universal, anticipándose a las manifestaciones de organismos internacionales sobre la hambruna, la seguridad alimentaria e incluso, el cambio climático.



Todos a comer conservas!

En 1981, se vive intensamente los efectos de la crisis de la colza, motivada por la adulteración fraudulenta de ese aceite y que genera una pérdida de confianza en el consumidor, con relación a empresas que usaban como materia



prima, aceites y grasas alimenticias; como fue el caso del sector conservero de pescado, por ejemplo.

Desde la organización de ALIMENTARIA, y entidades afectadas por la crisis, representadas en su Comité Organizador, presidido por Federico Riera Marsá, se aprovechó la presentación de la edición de 1982, para convocar a la clase política, en el Hotel Palace de Madrid, con el fin de que asistiera y degustara, en una cata, conservas de pescado, como muestra fehaciente de que la sociedad no corría peligro en su habitual compra y consumo.

A dicha cita acudieron siete ministros del Gobierno de Calvo Sotelo, así como miembros de partidos políticos como los que lideraban Felipe González o Santiago Carrillo, además de una importante representación de organizaciones empresariales, encabezadas por la CEOE, cuyo presidente en aquel momento era Carlos Ferrer Salat.

5.10 Del Food Retail al Foodservice

La transición hacia el OOH (out of home)

El inicial planteamiento de la primera edición de ALIMENTARIA se basaba en garantizar al visitante profesional, “todo para el industrial todo para el comerciante” en una época en la que no se habían generado elementos tractores suficientes, para el desplazamiento del consumo alimentario, desde el hogar hasta fuera del hogar; algo evidente en el umbral de la década de los noventa. Sin embargo, ello no suponía olvidarse de sentar las bases para llegar, hoy en día, a albergar también algo más sobre “todo para el hostelero”, en especial contando con un amplio grupo de expertos gastronómicos, tales como Ramón Cabau, Nestor Luján, Mario Lafuente o Luis Bettónica.

No fue un trabajo sencillo.



Anuncio de TOBOGAN, primer restaurante selfservice en Madrid que, en los años sesenta, abriría dos locales también en Barcelona

Primero, en los años setenta la restauración comercial, como se conoce ahora, apenas estaba estructurada (ya operaban restaurantes *self service* en Madrid y Barcelona con la enseña Tobogan), salvo la irrupción de las cafeterías con barra americana en Madrid y Barcelona, donde, Concelso González con sus conceptos con enseñas de Oriente Lejano (Manila, Java, Samoa...) o Esteban Sala con conceptos italianos, (Monza, San



Siro...) ansiaban la notoriedad de restaurantes *full service* como Finisterre, Via Veneto, Siete Puertas, La Puñalada, Milan, Orotava o Diagonal (familia Soteras) conviviendo con sendos *drugstores*, que gozaron de gran éxito.



7 Puertas – Uno de los restaurantes centenarios de Barcelona

La de tipo colectivo ni se concebía por la sociedad, a la que empezaba a atender y rendir un estratégico servicio, de forma callada.

Por otra parte, en el seno del portfolio de ferias y salones monográficos de la FOIM, hoy FIRA de Barcelona, existía inicialmente (1962) el “Salón del Hogar, la Decoración, el Equipo Hotelero y la Gastronomía” conocido como HOGARHOTEL-2, que alojaba oferta de equipamiento hostelero; hasta que en la edición 17ª (1977) la dirección de FOIM decidió agruparla en un específico sector, con el nombre de HOSTELCO, el cual adquirirá (a petición de sus principales expositores de maquinaria) independencia e identidad ferial propia en 1981, gozando de plena aceptación por el sector hostelero en dicha y sucesivas ediciones.



Anuncio de Hostelco como sector en Hogarhotel



Medalla conmemorativa de Hostelco 81 como Salón monográfico independiente

Incipiente, pero presente

Pese a la existencia de ferias dirigidas a la hostelería, como las citadas, básicamente con oferta expositora de maquinaria, fueron los propios expositores de ALIMENTARIA76, los que sugirieron a la organización, que promoviera iniciativas para atraer al hostelero hacia el certamen, como visitante profesional.



*Estand de IMDISA
en ALIMENTARIA 76*

Si a la hoy restauración de tipo full service (las aperturas en Barcelona, en 1976, de KFC y Wimpy fueron anecdóticas, para lo que años venideros representaría el fast food) se le atrajo con la convocatoria de jornadas gastronómicas, como ya se ha comentado, a la de tipo colectivo se fue más allá, dando respuesta a las inquietudes del sector, con reuniones profesionales en materia de centralización de la producción de comidas, así como control de calidad, higiene y seguridad alimentaria.

Las citadas jornadas gastronómicas, en las primeras ediciones de ALIMENTARIA, apoyadas por hoteleros y restauradores y también por la prensa profesional especializada, serían el lugar donde numerosos chefs (merece la pena repasar la lista), mediáticos en la actualidad, realizarán su *baptême du feu* y también... el germen de un sector expositor con destino la gastronomía, de amplia importancia en la actualidad.

En este aspecto pueden considerarse como referente singular las jornadas sobre cocinas regionales, donde ya apuntaba Francisco Lopez Canís como imán de lo gourmet; o un Joan Gaspart en plena formación de HUSA como grupo hotelero-restaurador y que pondrá a disposición de iniciativas como la citada, sus hoteles de alta gama; como El Princesa Sofía con su chef Salvador Sainz como ejecutor de menús impensables, para aquella época, mientras que un incansable periodista y escritor como Luis Bettonica (llegaría a colaborar estrechamente con el servicios de prensa de ALIMENTARIA 78) coordinaría a "jóvenes valores " como Arguiñano (30 años), Arzac (36) o Subijana (30), sin olvidar a Josep Mercader del Motel del Ampurdán, cuya elogiable



Acontecimiento gastronómico en Barcelona: Homenaje a las cocinas regionales

Barcelona ha rendido homenaje a las cocinas regionales españolas, representadas en esta ocasión por la cocina vasca, la catalana, la castelana, la murciana y

El casino vascu: un diorde de impropriedad

En esta, repite una vez. Una reconstitución de la Nueva Guinea vasca oficializada por el Gobierno vasco. El autor, Juan Mari Anzueto, ha colaborado con el *El País* en la edición del restaurante *Arzak*, la *Guía de restaurantes de Euzkadi* y el *Guía de restaurantes de Euzkadi y País Vasco*. En la actualidad, Anzueto vive en París y trabaja en un medio que ya le ha llevado ocasión de colaborar en estas páginas, en la columna de la cocina que publica el *El País* en su edición de París. En esta ocasión, se dedica a una temática que le es muy cercana: la gastronomía vasca. En un *pasado* casi lejano, el autor nos cuenta la historia de la cocina vasca, desde sus orígenes hasta la actualidad, pasando por los platos más típicos y los platos más modernos. Anzueto nos cuenta que la cocina vasca es una cocina que ha sabido adaptarse a los cambios, pero que siempre ha mantenido su esencia. En la actualidad, la cocina vasca es una cocina que ha sabido adaptarse a los cambios, pero que siempre ha mantenido su esencia. En la actualidad, la cocina vasca es una cocina que ha sabido adaptarse a los cambios, pero que siempre ha mantenido su esencia.

317 02 08. El servicio total del Centro del Gas a "golpe de teléfono"
Hay una voz amiga que entiende



**CENTRO
DE EQUIPOS Y SERVICIOS
DEL GAS**

Un Centro amigo

Venga a vernos a Aragón, 254 (c/o Riba, Cataluña) o cómodamente desde su hogar llame al 317.02.08 (la visitaremos)

del cocinar gallego, que aprendieron los comensales.

[illegible][illegible][illegible][illegible]

Especial recetas
Revuelto de langostinos y espinacas, de El Portalón, Vitoria



instalado en su viejo y noble caserío del siglo XV, El Portiño es uno de los restaurantes más prestigiosos de España. A la belleza del marco se une, imprescindible, la calidad de su cocina que nosotros siempre hemos encontrado en el elite más exclusivo de la restauración pública española. A nivel de perfección han llevado este restaurante a un grado de excelencia que sobrepasa el de otros famosos restaurantes de alta cocina, como el de la catedral de San Mateo de Cas de Mencia de San Sebastián — si se quiere, don Javierito Ruiz, que ofrece en su casa una incomparable cocina vasca-rigüera que los especialistas en gastronomía del sector han calificado como clásico y moderno. Todo esto hecho con una rigurosa homogeneidad que es admirable sabiendo, como uno sabe, que en este país, afortunadamente, los que saben cocinar, ¡lo hacen bien!

Ingredientes para 4 personas: 150 gramos de mariposa; 100 gramos de espinacas previamente cocidas y escurridas; 23 langostinos de buena tamaño; previamente cocidos; 150 gramos de nata fresca; 12 huevos.

Se calienta la nata y se añade la salsa que se usa para el arroz y se calienta en ella los langostinos cortados en trozos y las espinacas lavadas. Se toman aparte los huevos y se pone la sartén de aceite al fuego y se empieza a remover constantemente la mezcla, agregando la nata y se continúa cuando los huevos batidos. Se continúa de esa forma y se sirve.

Alimentaria 78

Artículo de Luis Bettonica en La Vanguardia sobre gastronomía en ALIMENTARIA 78

labor recogería
Jaume Subirós, aun
en activo.

La temática de la restauración colectiva, por su parte, ya estuvo pero que muy presente en ALIMENTARIA 76 con un histórico, por inédito, seminario sobre iniciales implantaciones de cocinas centrales, como solución para dar de comer a grandes colectivos.

Pero fue en ALIMENTARIA 78 donde internacionales jornadas profesionales, no sólo llamó la atención a los componentes de su target, sino también a grandes medios de comunicación como TVE, la cual desplazó al recinto ferial de Montjuïc, un equipo de Informe Semanal para producir y emitir, semanas después de



JORNADAS TÉCNICAS:
PROBLEMATICA ALIMENTARIA EN LOS
CENTROS DE GRAN CONSUMO
Enseñanza, Sanidad, Hostelería
Empresas y Comunidades

*Seminario sobre
alimentación colectiva
en ALIMENTARIA 76*

la clausura del certamen, un extenso reportaje sobre el particular¹.



Entrevista de Ramón Colom al profesor Varela para el programa "Informe Semanal" de TVE coincidiendo con ALIMENTARIA 78

También hay que destacar que vista la insuficiencia de oferta gastronómica del recinto ferial (recuérdese La Pérgola y un anodino self-service), la organización de ALIMENTARIA "pobló" de restaurantes y chefs conocidos, modo *pop-up*, los palacios de los expositores, con el fin de que ni ellos, ni los visitantes, tuvieran que ausentarse de la feria para ágapes de todo tipo, perdiendo un valioso tiempo comercial.



Anuncio del Restaurante La Pérgola en Montjuïc, que los fines de semana era salón de baile

Después, cuando las Autonomías se constituyeron en expositores, sus propios pabellones aportarían restaurantes con sus genuinas cocinas y conocidos chefs; resolviéndose definitivamente la precariedad relatada durante años, con la creación de Gastofira y la externalización de algunos de los servicios gastronómicos del recinto.

Empezaba pues en las primeras ediciones de ALIMENTARIA, el reconocimiento de la importancia que iba a tener el sector de la alimentación fuera del hogar en el futuro, alojando oferta expositora *ad hoc* (alimentos y bebidas) y visitantes profesionales

de una hostelería que, en torno al mítico 92, sufrirá tal radical cambio que la edición de ALIMENTARIA 94 presentará ya un sector específico, inicialmente con el título de CATERAMA², que años más tarde, 1998, mutará su nombre a RESTAURAMA, el cual comenzará a ser un permanente valor en alza en esa y las sucesivas ediciones, hasta dejar a lo que hoy es el sector de *foodservice* como puntal de las ediciones de ALIMENTARIA del siglo XXI.

En esa transición, el certamen, a partir de los años 90, será testigo y/o protagonista, de hitos tales como:

- El nacimiento en el seno de ALIMENTARIA 94 de la comisión promotora de la hoy MARCAS DE RESTAURACION, originariamente Asociación de Cadenas de Restauración Moderna (ASCAREM y después FHERCAREM).
- El fehaciente (numerosas actividades en el seno del certamen) reconocimiento, dentro del sector de hostelería, de las empresas de *contract catering*, actualmente representadas en FOOD SERVICE ESPAÑA (anteriormente FEADRS), y
- Multitud de jornadas gastronómicas, de las que la más representativa será la competición "El Cocinero del Año" iniciada como tal en 2004.



Un joven Jordi Cruz ganó la I Edición de "El Cocinero del Año" en 2006

1- Habría dos profesionales bien conocidos al frente de la emisión: el catedrático Dr Gregorio Varela, como entrevistado y un joven Ramón Colom, como periodista entrevistador. La entrevista puede visionarse gracias a los servicios de archivo de RTVE en [este enlace](#) en el minuto 13:58.

2- Dar el paso definitivo de convocar a la restauración moderna en ALIMENTARIA 94, requería asumir un riesgo que sus organizadores decidieron solventar, aplicando la técnica empresarial del piggyback: encargar a una entidad especializada la gestión ferial de ese incipiente sector, lo cual recayó en la sociedad CATERDATA, la cual por su experiencia y conocimiento, pese a su juventud (1991) supo lograr la ambición deseada, que se repitió en 1996, hasta que ya definitivamente en 1998, la organización de ALIMENTARIA asumió la gestión directa, bajo el nuevo nombre de RESTAURAMA, incorporándose como sector a los que compondrán las siguientes ediciones del certamen. Por su parte, la sociedad CATERDATA seguiría colaborando con el Salón, a través de la co-organización de la competición "El Cocinero del Año".

6

Epílogo

A lo largo de cinco décadas, el sector alimentario ha evolucionado de forma profunda y compleja pero siempre positiva. En su recorrido, he tenido la fortuna de promover, en su seno, iniciativas nacidas de ideas necesarias desarrolladas bajo criterios de interés general, y con la ayuda generosa de expertos que creyeron que lo colectivo es más fuerte que lo individual.

Entre todas, las ediciones de ALIMENTARIA en 1976 y 1978, han sido quizás donde las semillas sembradas resultaron más fértiles. En esa etapa se tejió una urdimbre que articuló importantes eslabones de la cadena alimentaria: desde la industria hasta la distribución, el *retail* y el *foodservice*.

No se trataba solo de un mero evento ferial, aunque fuera profesional, sino de una plataforma que alinearía a los actores clave del ecosistema alimentario.

He trabajado para él muchas veces. Además de

para empresas, con asociaciones y entidades sin ánimo de lucro, sabiendo que cuando las ideas encuentran su espacio compartido, su impacto se multiplica.

No todas las iniciativas han perdurado, pero algunas han sido continuadas por profesionales comprometidos que entendieron el valor de darles proyección más allá del impulso inicial.

Este manifiesto no es un homenaje personal, sino un reconocimiento a todos los que han colaborado –a veces de forma invisible– para que lo necesario se hiciera posible.

Porque en el tránsito de la idea al legado hay esfuerzo, visión, generosidad y una firme convicción: construir es mejor que competir.

Gracias a quienes han caminado conmigo.

Este legado también es vuestro.

La **Galería** reúne materiales gráficos¹ y periodísticos que no incorporándose al desarrollo argumental de los capítulos, poseen un **valor histórico y profesional singular** dentro de la construcción y consolidación de **ALIMENTARIA**. No son ilustraciones subsidiarias ni documentos de apoyo, sino **piezas autónomas**, capaces de explicar por sí mismas momentos, funciones y actores del sistema ferial.

El primer bloque se centra en los **antecedentes y la ejecución de las ediciones de 1976 y 1978**, a través de recordar la oferta expositiva, carteles que fueron portadas en diarios hoy desaparecidos, anuncios a página completa de expositores cuando la feria aún debía legitimarse, recorridos institucionales que certificaron su reconocimiento público, actividades paralelas como la subasta de vinos o las jornadas técnicas, y testimonios de una temprana voluntad de modernidad, como, ya para la edición de 1978, el catálogo concebido en formato digital.²; su nuevo C.O. y la reseña de la llegada del ministro inaugurador, cuales hitos estructurales que evidencian la transición de proyecto emergente a institución operativa.

El segundo bloque recoge materiales vinculados a los **núcleos funcionales reales** de la feria: el asociacionismo sectorial, el comercio, la distribución y la hostelería como **demanda estructural** que dio sentido a las primeras ALIMENTARIA. Aquí la Galería muestra cómo la feria respondió a necesidades concretas del sistema alimentario y no solo a una oferta expositiva, revelando los flujos reales que la hicieron necesaria y sostenible.

El tercer bloque se articula en torno a los **subsistemas fundamentales**, con especial atención a los sectores panadero, pastelero y cárnico como ejes productivos esenciales, y a los ámbitos de aditivos y frío como **upstream imprescindible** de los anteriores. Las piezas seleccionadas permiten comprender la feria como un ecosistema industrial interdependiente, más allá de la mera yuxtaposición de sectores.

El cuarto y último bloque se dedica a los **servicios implícitos**, a quienes hicieron posible el funcionamiento cotidiano de la feria sin ocupar nunca el centro del relato: decoradores, azafatas, agencias de viajes, profesionales de la comunicación y la

publicidad, entre otros. Su presencia en la Galería no responde a una lógica anecdótica, sino al reconocimiento de una infraestructura humana invisible sin la cual ALIMENTARIA no habría llegado hasta donde está.

En este sentido este libro no quiere olvidar el primer equipo profesional que, desde FOIM, bregó lo indecible para sacar adelante la primera edición.

En resumen, esta Galería no pretende completar el relato principal, sino **mostrar aquello que quedó fuera de él por razones de método, no de relevancia**. Un conjunto de fragmentos, observados hoy, que permiten comprender mejor cómo ALIMENTARIA se pensó y articuló desde dentro.

Secciones²

7.1 - ANTECEDENTES Y EJECUCIÓN (1976–1978) Cuando la feria tomó forma

Material gráfico y periodístico vinculado al contexto previo y a las dos primeras ediciones de Alimentaria: decisiones fundacionales, primeras implantaciones, tensiones organizativas y puesta en marcha de un modelo ferial inédito en su tiempo.

7.2 - NÚCLEOS FUNCIONALES REALES La feria como sistema operativo

Documentos e imágenes que reflejan los núcleos efectivos de funcionamiento —según la doctrina *Big bang*: actores centrales, flujos reales de actividad, espacios de decisión y engranajes que hicieron viable la feria más allá de su formulación teórica.

7.3 - SUBSISTEMAS Estructuras que sostuvieron el conjunto

Material relativo a los subsistemas sectoriales, territoriales, institucionales y profesionales que orbitaban en torno al núcleo ferial y permitieron su crecimiento, estabilidad y capacidad de adaptación.

7.4 - SERVICIOS IMPLÍCITOS Lo que hacía funcionar la feria sin verse

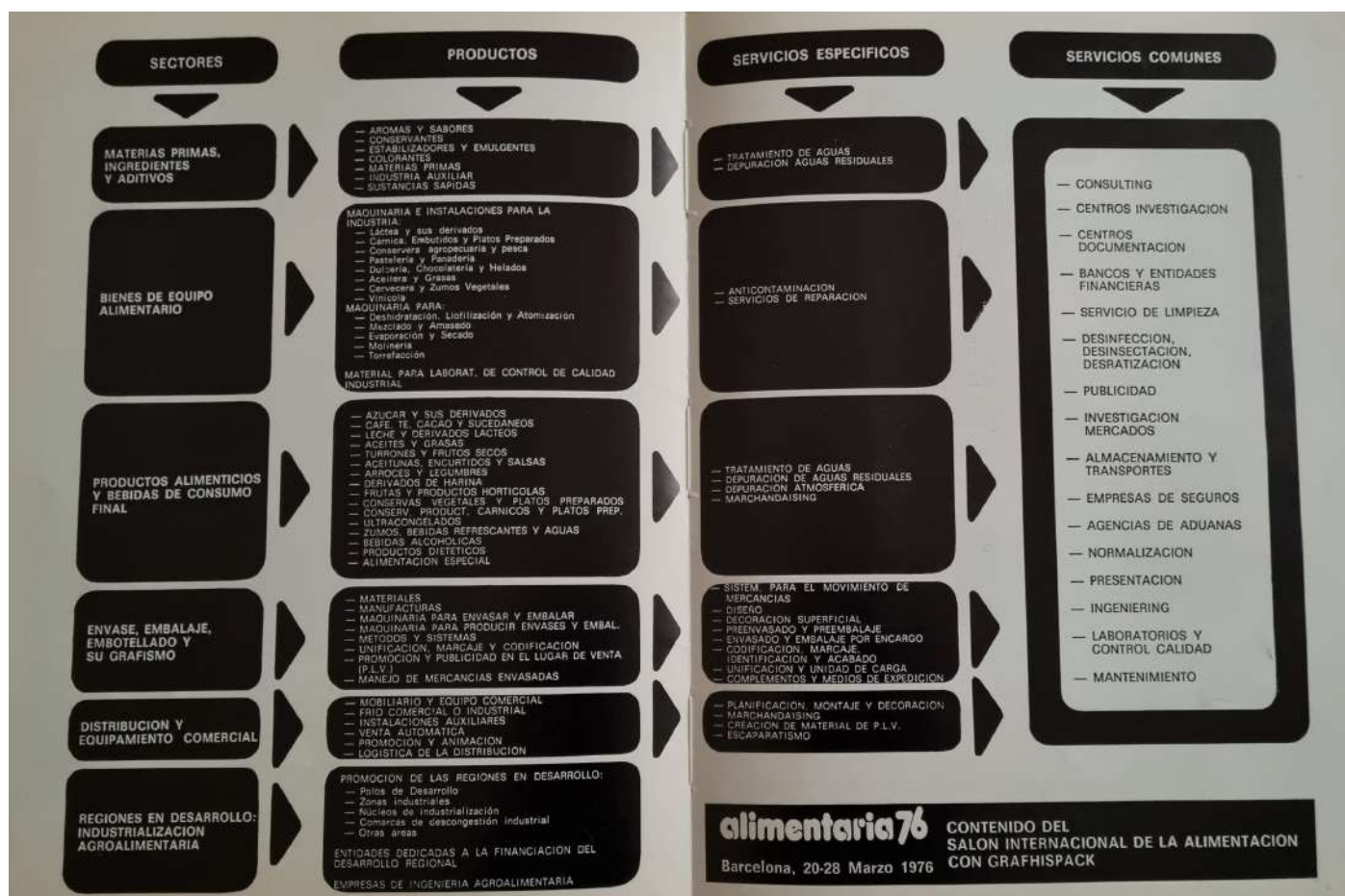
Imágenes y recortes sobre servicios, infraestructuras y funciones no siempre visibles —logística, comunicación, relaciones institucionales, soporte técnico, mediación comercial— sin los cuales Alimentaria no habría operado como sistema complejo.

1- El material reproducido procede de diversas fuentes documentales que aún no se habían digitalizado con lo cual poseen el inconveniente de una reproducción baja en calidad; hándicap que espero se supere con el interés por la noticia o el hecho seleccionado.

2- Cual álbum de familia en versión digital, las secciones quedan abiertas a recibir el autor, material documental que aquellos lectores que posean, fotos, reportajes periodísticos o folletos con valor histórico que, una vez evaluada su importancia, se incorporen a cada una de ellas.

Cuando la feria tomó forma

Se inicia con una semblanza de aquellos principales protagonistas de gestación del certamen tanto desde el Consejo Económico Social de Cataluña, como desde la FOIM y las entidades profesionales que colaboraron en determinar el enfoque de su contenido desde la demanda, para reproducir aspectos de la presencia del certamen, en medios de comunicación (portadas en El Correo Catalán y Tele Express y anuncios de expositores a toda página y entrevista con el vicepresidente del C.O.) y de actividades paralelas en su seno como las jornadas técnico-profesionales, destacando la subasta de vinos, sin olvidar algún registro más del recorrido de autoridades por los pabellones y las iniciativas dirigidas a reconocer la importancia del consumidor en el evento ferial; dando entrada también a información sobre la edición de 1978: Composición del nuevo Comité Organizador, y reseña en los boletines diarios de la feria de autoridades que inauguraron la segunda edición de ALIMENTARIA.



Sectores de ALIMENTARIA 76



Cartel ALIMENTARIA 76 en Tele Express



Portada de ALIMENTARIA 76 en el Correo Catalán

Una agenda para organizar ALIMENTARIA 76

Javier Arquerons, Antonio Antich, Eduardo Aizpún, Juan Amills, Pepe Agustín, Arturo Arqués, Rafael Aguilar, Jose Balcells, Agustín Bou, Francisco de A. Baixas, Jean Bertin, Luis Borja, Alfonso Bonmati, Arturo Blasco, Antonio Bràmona, Menchu Barreneche, Carlos Bas, José R. Borrell, Antonio Borregón, Carlos Barros, Juan I. del Burgo, Antonio del Burgo, Ramón Castelltort, Fernando Casado, Pedro Carbó, Jose M^a Canals, Andrés Carrió, Andrés Costafreda, Juan Camps, Mauricio Casals, Pedro Casals, Joaquín Cabané, Enrique Bobes, Javier Corberó, Ramón Capellas, Pedro Chías, Juan Carulla, Pedro Carbonell, Luis Carulla, Mario Cañizal, Andrés Contreras, Jose Daniel Gubern, Manuel Dardé, Juan Domenech, Jose Daniel Atmeller, Ismale Diez-Yubero, Jaime Elías, José Enríquez, Antonio Escape, Luis Esquius, Juan J. Espada, José Espona, Juan Elías, Antonio Flo, Francisco Fernández, Pedro Ferrer, José Ferraté, Juan M. Fuertes, Juan Freixas, Francisco Flor, Pedro Frigols, Antonio Fabregat, Enrique Flo, Ignacio Ferrero, Luis Ferrer, Manuel Grau, Josefina Girbau, Angel Guasch, Roberto García, Fernando García, Carlos García, Emilio Herbolzheimer, Federico Heredia, Juan F Hernández, Julio Hernández, Roberto Herreros, Miguel de Haro, Manuel de Hermenegildo, Manuel Isern, Manuel Isabal, Alfonso Jorquera, Jaime Jorba, Rodolfo Lewin-Rtcher, Ernesto Lucas, Jaime Lamo, Jose L. Laborda, Miguel Llarás, Pedro Llorens, Román

Lapeyra, Emilio Lapuerta, Antonio Llovera, Angel Lleontart, Ramón Montes, Juan Mir, Guillermo Martín, Carlos Manich, Jose L Matutano, Luis Moner, Alberto Musolas, Enrique Molfulleda, Pedro Mauri, Jose Mussons, Jaime Masana, Federico Montagud, Juan Manent, Alfonso Merry, Miguel Macía, Ramón Mulleras, Francois Mola, Ramón Masip, Enrique Mercadal, Constantino Martín, Enrique Nomen, Pedro Ollé, Vicente Oller, Ramón Pont, Juan Puig, Salvador Pirretas, Buenaventura Plaza, Juan Parellada, Daniel Pagés, Juan M. Portal, Jose L. Plaza, Pilar Plaza, Adrián Piera, Tere Plaza, Paulino Puig, Pablo Puig, Antonio Quintana, Jaime Quintana, Manuel Quiroga, Pedro Ramió, Federico Riera-Marsá, Enrique Rius, José Ros, Emilio Roviro, Marcos Regis, Pedro Rovira, Pablo Roca, Juan Rocamora, Enrique Revilla, Miguel Rincón, Rafael Rincón, Jaime Requeijo, Luis Rupilanchas, José Riba, Robert Rodergas, Juan M^a Ramírez, Jose A. Rabella, Juan Saula, Jorge Soley, Francisco Sensat, José Saperas, Juan A Solís, José Segura, Antonio Subietas, Luis M^a Sastre, Francisco Sanuy, Julio Sanmiguel, Ramón Seró, Juan Serra, Pedro Sanz, Sebastián Salvadó, José Solernou, José R. Santallalla, Luis Sicre, Angel Sánchez, Jaime Tomás, Ramón Torres, Juan Tous, Jose A. Tifón, Juan Trías, Juan Todolí, Carmen Trías, Jesús Ulled, Rafael Vidal, Julio Valls, Mateo Vallvé, Sebastián Vergoñós, Roberto Vergés, Carlos Ventín, Jose M^a Vidal, Rosa Ventosa, Isidoro Vila, Luis Zarco.



Esta agenda —una libreta de trabajo sin pretensiones— acompañó durante años a quien ayudó a poner en relación a personas, empresas y decisiones que acabarían dando forma al sector alimentario moderno en España.

Algunos nombres no llegaron al siglo XXI. Otros lo cruzaron ya en la madurez. Unos pocos seguimos aquí, no para reescribir la historia, sino para reconocer su verdadero punto de partida.

Su propietario la llamaba, con ironía, “agenda de tratante de ganado”. Tal vez porque sabía que, antes de las estructuras, los cargos y los discursos, todo dependía de saber a quién llamar.

PROGRAMA GENERAL DE JORNADAS TÉCNICAS

DÍA 21 DE MARZO

14 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Jornada dedicada al sector detallista bajo el patrocinio de la Asociación de Estudios para la Distribución (A.E.D.). — El resurgir de la clase detallista. Por D. Marcos Sala Boy D. G. de COBARNA. — Una nueva legislación para un nuevo comercio. Por D. Pedro Carbonell Fita D. G. de «DYMA». Moderador: D. Luis M. Sastre, Presidente de A.E.D. y miembro del Comité Organizador de A76.

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Lucha contra el robo en las superficies de autoservicios. (Del ciclo de la A.E.D.). Por D. Adolfo López Moreno, Dir. de Ventas de «N.C.R. ESPAÑA». El marcado de precios y referencias en la distribución moderna. Por D. Juan van den Bosch, D. G. de «METO ESPAÑA». Moderador: D. Pedro Carbó, Tesorero de A.E.D. y miembro del C. O. de A76.

18 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Proyección de película sobre «El proceso de conservación y tratamiento del mejillón, hasta llegar a los centros de consumo». Patrocinio: SO-MEGA, S. A.

DÍA 22 DE MARZO

12 h. Pabellón del I.N.I. — Asamblea de IFA Española S. A.

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Primer seminario internacional de empaque: Control de la calidad alimento-envase. Conferencia: «El alimento relacionado con su envase». Ponentes: Dr. A. Borregón, Secretario Comisión Internacional para aplicación del Código Alimentario. Dr. F. López, Universidad de Santiago de Compostela. Mr. P. Lauth, Editor jefe revista «EMBALAGES». Organiza: GRAPHSPACK.

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Seminario sobre problemática alimentaria en los centros de gran consumo. Conferencia: «ENSEÑANZA Y SANIDAD». Coordinador y Director de las Mesas Redondas: D. Antonio Pulido San Román, Catedrático y Dir. del Dpto. de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid. Organizan: MACROMÉTRICA INVERSIÓN. Moderador: D. José Enriquez, Miembro del Comité Organizador de A76.

12 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 4. — Demostración de productos para el sector de pastelería. Patrocinio: STARLUX S. A.

11 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Jornadas del Instituto Nacional de Ciencia y Tecnología Alimentaria (INCYTA). Presentación por parte de los distintos centros oficiales dedicados a la investigación, de sus actividades, estudios y principales proyectos: Instituto de la Grasa y sus derivados. — Instituto de productos lácteos. — Instituto de fermentaciones industriales. — Instituto de Agroquímica y tecnología de Alimentos vegetales. — Instituto del Frio. Instituto de nutrición. — Instituto de Investigaciones pesqueras. Coordinador: Dr. D. Domingo Martín García, Presidente del INCYTA. Moderador: D. Ramón Masip Aguilera, Miembro del Com. Org. de A76.

13.30 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Jornadas del sector frío dedicadas al sector detallista. — «Tratamiento y conservación de los productos congelados en el punto de venta». Por D. Agustín Díaz Cisneros. — «Rentabilidad de la venta de productos congelados». Por D. Ramón Ribes Muntán. Se proyectará película sobre esta temática. Organiza: Comité de las Primeras Jornadas Técnicas del Frio en la Alimentación. Colabora: Asociación de Estudios para la Distribución. Moderador: D. Pedro Carbó, Tesorero de A.E.D. y miembro del C. O. de A76.

13.30 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Primer seminario internacional de empaque: Control de la calidad alimento-envase. Conferencia: «El envase como garantía de la calidad en los alimentos». Ponentes: Sr. Riera Valls, Dpto. Calidad Gallina Blanca, Viscop. Comité Alimentación de la A.E.C.C. Mr. H. Stelzner, Secret. Sección de Embalajes de la E.I.O.C. Dr. J. Riera, Oficina Control de Barcelona. Organiza: GRAPHSPACK.

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Jornadas del INCYTA. Coordinador/Ponente: Dr. D. Manuel Estada Gireau, Dir. del Instituto del Frio y Viscop. del INCYTA. Moderador: D. Ramón Masip Aguilera, miembro del Comité Org. de A76.

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Seminario sobre problemática alimentaria en los centros de gran consumo. Conferencia: «Alimentos, empresas y comunidades». Coordinador: D. Antonio Pulido San Román, Catedrático y Dir. de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid. Organizan: MACROMÉTRICA INVERSIÓN. Moderador: D. Jaime Tomás, Director Gral. de GALLINA BLANCA.

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Mesa redonda sobre la problemática de los elementos que intervienen en el proceso de transformación del pan. Reunión interprofesional con personalidades de la Administración (M. Comercio, Agricultura y D. G. Sanidad). Coordinador: D. Antonio Vergés, Moderador: D. José Enriquez, miembro del Comité Organizador de A76.

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Subasta internacional de vinos, 400 lotes de vinos procedentes de: Denominaciones de Origen, Caves Españolas (López Heredia, CVNE, Marques de Murrieta...), Caves Francesas (Chateau Lafite, Chateau Margaux...). Asimismo, se subastarán temas pictóricos relacionados con los vinos. Moderadores: D. Pedro Sans Suñe y D. Félix María Millet, miembros del Comité Organizador de A76.

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 4. — El gas en la panificación, aspectos técnicos y económicos. Consideraciones sobre su utilización. Incidencia en costes de transformación y funcionamiento. Especificaciones técnicas sobre quemadores de gas. Ponentes: Don A. Argüello Boue, Jefe de Ventas Comerciales, Don S. Gotti Barbería, Responsable Ventas Peticiones de «CATALANA DE GAS Y ELECTRICIDAD, S. A.». En el transcurso del acto se proyectará la película «COOPERACIÓN».

DÍA 23 DE MARZO

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Entrega de los premios españoles del envase y embalaje «span-pack» años 1974-1975. Presidente: Dr. Luis Sicre Canut, D. G. del «INST. ESPAÑOL DEL ENVASE Y EMBALAJE». Vicep. de «ALIMENTARIA76». Exposición audiovisual de los premios. Razonamiento fundado de su elección. Diálogo sobre ventajas de los envases y embalajes premiados. Organiza: GRAPHSPACK.

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 2. — Reunión de la Comisión plenaria de viciarios del Cete.

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Reunión de la Junta Nacional de Supermercados del Sindicato de la Alimentación. Moderador: D. Pedro Carbó, Miembro del Com. Org. de Alimentaria76.

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Jornadas del Iresco. Presentación por el Director General del Iresco, D. Manuel Hermenegildo. Conferencia: «EL PAPEL DEL SUPERMERCADO EN LA VIDA AMERICANA». Por Mr. Ronald Rist, Universidad de Denver. Colabora en difusión: Asociación de Estudios para la Distribución. Moderador: D. Miguel Escobar Torres, Vicepresidente Ejecutivo de A76.

11.30 h. Palacio de Congresos. Jornadas del Iresco. Mesas Redondas de presentación de estudios: — Sala n.º 6. — «Comercialización de la carne». Ponente: D. A. Sanz Millán. — Sala n.º 10. — «Comercialización de frutas y hortalizas». Ponente: D. J. L. González. — Sala n.º 5 o 1. — «Comercialización de la pesca». Ponente: D. Rafael Jaén Vergara.

13.30 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 4. — Jornadas profesionales del gremio de pastelería. «Los agentes aromáticos en pastelería». Por el Dr. Daniel Haussmann de «DALANT. S. A.». — «La pastelería y la nueva ordenación alimentaria». Por el Dr. Carlos Barros, Subdir. del «CENTRO NACIONAL DE NUTRICIÓN Y ALIMENTACIÓN». Moderador: D. Francisco Baixas, miembro del Comité Org. de A76.

DÍA 23 DE MARZO (cont.)

19 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Jornadas técnicas de la comunicación publicitaria en la alimentación. «Criterios para determinar el presupuesto publicitario». Ponentes: D. José M. Linares, Dir. Regional del «BANCO DE GRANADA». D. Xavier Ventura, Dir. Comercial de «NUTREXPA». D. Jorge Garriga, Jefe Comunicaciones Comerciales de «NUTREXPA». D. José Álvarez, Dir. el Consejo. D. Diego Segura Viudas, D. César Omella, Dir. Gral. de «CID PUBLICIDAD». Coordinador: D. Manuel Pérez, Secret. Gral. de «CID PUBLICIDAD». Moderador: D. Roberto Herreros, miembro del C. O. Org. de A76.

19.15 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Jornadas del Iresco. Conferencia: «LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA, ENTRE LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO». Por D. Jaime Lamo de Espinosa, Director General de Industrias Alimentarias y diversas. Moderador: D. Luis Canilla Canals, Presidente de ALIMENTARIA76.

11 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 7. — Proyección de un documental sobre los polígonos industriales de descongelación de Madrid. — Mesa redonda sobre posibilidades de inversión en la Mancha. Organiza: EL PABELLÓN DE LA MANCHA.

DÍA 23

Palacio de Congresos. Sala n.º 5 (cont.) Reunión interprofesional del sector frío. Conferencias a cargo de: — D. Jesús Espinosa Muñoz, Jefe de la Sección de Información del Centro Experimental del Frio. Patronato Juan de la Cueva. — D. Eduardo López Huerta, Director del Servicio de Relaciones Técnicas con otros organismos. D. G. de Exportación. Ministerio de Comercio. «Normalización de productos vegetales congelados». Conferencia a cargo de: — D.ª Consuelo López Mondouze, Experta en Alimentación y Nutrición de la D. G. de Sanidad. «Los congelados. Una dieta equilibrada». Conferencia a cargo de: — D. Carlos Barros Santos, Subd. G. del Centro Nacional de Alimentación y Nutrición. «Los productos congelados en el código alimentario». Asistirá presidiendo: D. Félix Pareja Muñoz, D. G. de Comercio Alimentario. D. Antonio Borregón, Subd. G. de Sanidad. D. Luis Ferrer, Subd. G. del IMOPA. D. Luis Aranzibia, Subd. G. de Comercio Alimentario. D. Joaquín Gutiérrez Carrera, Subd. G. de Industrias Alimentarias.

DÍA 24 DE MARZO

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 2. — Reunión del CETIE.

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 2. — Reunión de la Junta Nacional de Almacenistas del Sindicato de la Alimentación. Moderador: D. José Capeta Aulet, Miembro del Com. Org. de Alimentaria76.

10.30 h. Palacio de Congresos — Jornadas del Iresco, mesas redondas de presentación de estudios sobre: Sala n.º 6. «Fusión y concentración de empresas». Ponentes: D. F. Verá, D. L. Álvarez Saltillo, D. J. Casares. Sala 10: «Sociedades de gestión mutua». Ponente: D. T. Ruano. Sala 1: «Costes de comercialización de productos alimenticios». Ponentes: D. M. Esteve, D.ª Ana Portals.

10.45 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Primer seminario sobre soluciones a las nuevas exigencias de la Legislación Española en materia de Envasado Alimentario. Ponentes: Dr. L. Sicre, D. G. del I.E.S.A. y Viscop. de ALIMENTARIA76. D. L. Avendaño, Dept. Técnico de «HOECHST-IBERICA, S.A.». D. F. Conde, Gerente de «BERTAKO, S.C.». Dr. F. Ferrer, Jefe del Laboratorio de Bromatología del Laboratorio de Investigación y Control.

13.30 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Primer seminario sobre soluciones a las nuevas exigencias de la Legislación Española en materia de Envasado Alimentario. Ponentes: Dr. L. Sicre, D. G. del I.E.S.A. y Viscop. de ALIMENTARIA76. D. J. Plans, Dept. Técnico Comercial de «INDUSTRIAS ROURE». D. E. Bartoli, Dir. Técnico de «CARIL HISPANIA, S.A.». Mr. S. Laurén, D. G. de «FINPACK».

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Jornadas del Iresco. Resumen de las Mesas Redondas: Principales conclusiones de los estudios presentados. Ponente: D. Luis Gamir, Subdir. Gral. de ESTUDIOS Y ORDENACIÓN DE ESTRUCTURAS COMERCIALES. Conferencia: «La Política del Gobierno de los NEULI ante la distribución comercial». Por Mr. Bucklin, UNIVERSIDAD DE BERKELEY. Colabora en difusión: ASOCIACIÓN DE ESTUDIOS PARA LA DISTRIBUCIÓN. Moderador: D. José Sapena, Presidente Honorario de A.E.D. y miembro del Comité Organizador de A76.

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Jornadas Internacionales del Colegio de Agentes Comerciales. — Presentación de Ponencias sobre el Agente Comercial y la Distribución Alimentaria.

19 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 4. — El Centro de Formación Asesores de la alimentación. Ponentes: D. L. Sicre, D. G. del I.E.S.A. y Viscop. de ALIMENTARIA76. D. J. Plans, Dept. Técnico Comercial de «INDUSTRIAS ROURE». D. E. Bartoli, Dir. Técnico de «CARIL HISPANIA, S.A.». Mr. S. Laurén, D. G. de «FINPACK».

DÍA 25 DE MARZO

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Jornada Internacional del Colegio de Agentes Comerciales. Moderador: D. José A. Tifón. Dir. Gral. de F.O.I.M. y miembro del C. O. de A76.

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Reunión Internacional de relaciones públicas y promoción de la industria azucarera. — «Tendencias del consumo del azúcar en Europa». Por D. F. Fuchs, Dir. de Ventas de S.I.C. D. J. Aigué, Dir. Gerente de «CAPSULIT, S. A.». D. S. Rosés, Dir. Técnico de «CONTROLLER, S. A.».

11 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 2. — Reunión de la Agrupación Nacional de Empresas de Envasados de Vidrio (ANPE).

11 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Primer seminario sobre soluciones a las nuevas exigencias de la legislación española en materia de envasado alimentario. Ponentes: Dr. L. Sicre, D. G. del I.E.S.A. y Viscop. de «ALIMENTARIA76». D. F. Fuchs, Dir. de Ventas de S.I.C. D. J. Aigué, Dir. Gerente de «CAPSULIT, S. A.». D. S. Rosés, Dir. Técnico de «CONTROLLER, S. A.».

11 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 4. — Mesa redonda sobre relaciones entre fabricantes y distribuidores. — «Distribución física». Por D. Pedro Ferrer, Dir. Comercial de S.A.D. Organiza: Asociación de Estudios para la Distribución. Moderador: D. Federico Heredia, miembro del Com. Org. de A76.

12 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Mesa redonda sobre relaciones entre fabricantes y distribuidores. — «Los autoservicios mayoristas». Por D. G. Rocafor, director de «GEMAS». Organiza: Asociación de Estudios para la Distribución.

16 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Jornadas de trabajo de la Junta Nacional de Belides Refrescantes. Reglamentación del Sector. Código Alimentario. Proyecciones sobre uso de gas carbónico. Preparación de Zumos y Aromas.

12 h. Mesa redonda sobre relaciones entre fabricantes y distribuidores. Reunión mixta de la Administración Pública, Empresas y Entidades Financiadoras del Desarrollo Regional.

15 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Reunión Internacional de relaciones públicas y promoción de la industria azucarera. Presentación por cada Delegación de la estrategia de promoción y relaciones públicas que utiliza.

16 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Seminario sobre comercio alimentario (Ciclo A.E.D. — IRESCO). Moderador: D. Federico Heredia, miembro del Comité Org. de A76.

13.30 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Conferencia: «Uso práctico de la proteína de soja en el mercado actual y su enfoque hacia el futuro». Ponente: Mr. Joe R. Zak, Dir. de Marketing Internacional de «SWIFT & CO. MODERADOR: D. L. G. Serviz, Delegado en U.S.A. de A.D.S.A. y D. José Enriquez, miembro del Comité Organizador de A76.

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 4. — Proyecciones sobre métodos de trabajo y formación de cajeros en sistemas de venta en autoservicio. Moderador: D. J. Tysset de O.B.M. España. Colabora en difusión: Asociación de Estudios para la Distribución. Patrocinio: IRESCO. Moderador: D. Luis M. Sastre, miembro del Com. Org. de A76.

19 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 4. — El Centro de Formación Asesores, patrocinio la conferencia: «Los riesgos del detallista y sus coberturas». Ponente: D. Antonio Escorial, Técnico Diplomado en Seguros. Moderador: D. Francisco Bonet, Vicep. Colegio Agentes Libros de Barcelona. Colabora en difusión: Asociación de Estudios para la Distribución. D. Félix M.ª Millet, miembro del Com. Org. de A76.

19 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Jornadas técnicas de la comunicación publicitaria en la alimentación. — «Aprovechamiento de la publicidad de una marca en el punto de venta». Ponentes: D. Pedro Carbó, Gerente de «CAPRASO». D. Emilio Gil, Dir. de Marketing de «CARBONELL, S. A.». D. José M. Bundo, Gerente de B.I.P. Coordinador: D. Rafael Arzu, Dir. Delegación de «CARBONELL, S. A.». Moderador: D. Francisco A. Senat, miembro del Com. Org. de A76.

DÍA 26 DE MARZO

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 3. — Reunión Internacional de relaciones públicas y promoción de la industria azucarera. — Intercambio entre los asistentes del material utilizado en las distintas compañías nacionales.

10 h. — Palacio de Congresos — Sala n.º 7. — Junta general de accionistas del gas natural.

10 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 4. — Jornadas sobre aditivos. — Conferencias: «Historia del aditivo», por el Dr. Casares, Universidad Complutense de Madrid. «El aditivo en la tecnología alimentaria», por el Dr. Clotet, Dpto. Investigación de «GALLINA BLANCA». Patrocinio: COMITÉ ASesor DE ADITIVOS. Moderador: D. José M.ª Dot, miembro del Com. Org. de A76.

10.30 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 2. — Reunión del comité de envase y embalaje de la Asociación Española para el control de la calidad.

16 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 10. — Seminario sobre comercio alimentario (Ciclo A.E.D. — IRESCO).

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 2. — Reunión del grupo de fabricantes de maquinaria de envase, embalaje y artes gráficas de «Sercos y Amec».

17 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 4. — Jornadas sobre aditivos. — Conferencias: «La Alimentación Pública y los aditivos», por el Dr. Carlos Barros, Subdirector del Centro Nacional de Nutrición y Alimentación. «Los consumidores y los aditivos, interpretación de la etiqueta». Por la Sra. M.ª Teresa Moret, de la Fundación Española de CALITAX. Patrocinio: COMITÉ ASesor DE ADITIVOS. Moderador: D. José M.ª Dot, miembro del Comité Organizador de A76.

17.30 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 6. — Conferencia: Coloquio sobre punto de venta. Ponentes: Mr. J. Monnier, Pte. de INTERCREATOR GRUP. Patrocinio: POLIGRAFICA SARRIA. Moderador: D. Pedro Carbó, miembro del Comité Org. de A76.

19 h. Palacio de Congresos — Sala n.º 5. — Jornadas técnicas de la comunicación publicitaria en la alimentación. — «La comunicación integrada en la alimentación». Ponentes: D. Ignacio Fernández Sanz, D. G. de DHUL, D. Robert Rodríguez, D. G. de «DEMER, S. A.». D. José Pérez-Franco, Dir. Marketing de «CINZANO». D. José Tomás Moliner, D. G. de «BERNARD FRIGGE». D. Juan M.ª Portal, D. G. de Marketing de «CID». Coordinador: D. Francisco González, Dir. Técnico Central

(Continúa en la página siguiente)

Quinientos veintiocho metros cuadrados de calidad en alimentación. (y es sólo una muestra.)

Carbonell



Anuncio de Carbonell en A76



Estará presente con sus empresas y divisiones de alimentación y bebidas en el Salón Internacional de la Alimentación

Anuncio de Agrolimen en A76

Hemos plantado el almendro

en Alimentaria 76

Conozca sus frutos en el Palacio Ferial Planta E del 20 al 28 de Marzo

el almendro

Anuncio de El Almendro en A76



El ministro Calvo Sotelo visitando los stands de ALIMENTARIA 76 en compañía de Adrián Piera, Escobar, Lladó y Carulla



Adrián Piera fue Vicepresidente de ALIMENTARIA 76 y como Presidente de la Cámara de Comercio de Madrid apoyó y defendió la candidatura de Barcelona como sede del certamen ante el Gobierno de España



Anuncio de Damm en ALIMENTARIA 76



Distribución Actualidad ofrece una entrada gratuita

Página 7. — Martes, 23 de marzo de 1976. — Tele/eXpres

El ministro de Comercio inauguró Alimentaria 76

«LOS PROBLEMAS DE LA LIBERTAD SE ARREGLAN TAMBIEN CON MAS LIBERTAD»

Presidida por el ministro de Comercio don Leopoldo Calvo Sotelo, tuvo lugar ayer la inauguración oficial del Salón Internacional de la Alimentación Alimentaria-76, cuyas puertas habían ya sido abiertas al público profesional el pasado sábado, día 20.

El acto que tuvo lugar en el salón principal del Palacio de los Congresos y contó con la asistencia de las primeras autoridades provinciales y locales, así como distintas personalidades del departamento que preside el señor Calvo Sotelo, Cuidó de ofrecer los testimonios de gratitud y expresar la finalidad del certamen don Luis Carulla, presidente de Alimentaria-76, quien en un extenso parlamento destacó la valía de los colaboradores miembros del comité organizador que han hecho posible la realidad del Salón. Singularmente destacó la labor desarrollada por el vicepresidente del comité Miguel Escobar, al que calificó de auténtico motor de Alimentaria-76.

Refiriéndose al certamen destacó: La visita a Alimentaria-76 y el universo de sus actos satélites a celebrar, demuestra que no es un certamen más de la tradición ferial casi centenaria de Barcelona. Alimentaria lleva mucha ambición de futuro. Señaló seguidamente las circunstancias negativas surgidas en el período de organización de Alimentaria-76: premura de tiempo, bloqueo diplomático y recesión económica mundial. Finalmente el señor Carulla refiriéndose al sector agrícola, relacionado muy directamente con la industria alimentaria, dijo que aquella presencia exige planteamientos audaces: Y el comité organizador, que me honro en presidir, los tiene.

Seguidamente destacó una serie de temas que el señor Carulla considera de singular importancia para el sector, y que resumió así:

- Mejora tecnológica.
- El desarrollo de nuevas tecnologías agroalimentarias tendentes al aprovechamiento de los recursos naturales.
- Conseguir la máxima transparencia e información sobre mercados suministradores y productores.
- Cambios coyunturales en la producción y la demanda de productos alimentarios.
- Necesidad de una aportación positiva del sector agroalimentario al equilibrio de la balanza comercial pensando, además, en el resto que supondrá una eventual incorporación de España a la Comunidad Económica Europea.

Por último dijo el señor Carulla:

I com a colofó d'aquestes paraules inau-
gurals, sota els auspicis de precedents es-
taberts pel Rei Joan Carles I, creiem de
justícia dedicar a Francesc Cambó, en la
seva llengua vernàcula, en aquest any
1976 que és el del centenari de la seva
naixença el record emocionat que es mereix
aquest patrici, que junt amb altres,
va tenir la visió de futur de rescatar per
a la ciutat, la gran muntanya desmantelada
de Montjuïc, cobrint-la de fonts, jardins i
palau que havien de ser marc d'aquest
maravellós recinte ferial, glòria del Cap i
Casal de Catalunya.



El consumo y las voluntades femeninas

El señor ministro de Comercio don Leopoldo Calvo Sotelo se dirigió a la concurrencia y dijo que aun cuando su presencia era obligada cortesía para con la organización de Alimentaria, por encima de aquella quedaba el interés del Ministerio de Comercio por los temas alimentarios, y dijo: «El mercado de la alimentación tiene características muy singulares que hacen difícil su ordenación, y fácil, en cambio, la crítica de sus imperfecciones». Y en su párrafo siguiente acusó al consumidor como poco disciplinado al comprar las cosas de comer. Si además —añadió el ministro— la compra está en manos de la mujer piensen ustedes —con el máximo respeto para las amas de casa (y su presidenta barcelonesa, mi distinguida amiga doña Margarita Font)— cuanta dosis de imaginación creadora, y de pasión pueden haber en los frios límites que los economistas han estudiado para las transacciones comerciales, cuando en ellas intervienen voluntades femeninas.

Ocurrió pero que esta alusión a las amas de casa no pudo ser recogida por las interesadas porque como se sabe la Agrupación de Amas de Casa ha expresado su protesta por la total falta de representatividad del consumo en la organización y desarrollo del certamen. Pese a que a lo largo de todos los parlamentos como se puede constatar el consumo está presente como fin ineludible de la producción alimentaria. Así cuando más adelante explicó algunos de los puntos de reorganización de su Ministerio, destacó el desdoblamiento de las direcciones generales de Comercio Interior y de los Consumidores, que permitirá tras el nombramiento de este último director general, la puesta en marcha del Instituto Nacional del Consumo con la participación de las asociaciones de consumidores y de las amas de casa. Necesita el Ministerio de esta base asociativa y representativa porque es productiva del Ministerio ir clarificando y simplificando los canales de distribución, con todo el respeto que merece —y que

no siempre ha recibido— el gremio de los comerciantes tradicionales, pero sin ninguna consideración para aquellos intereses —donde los haya— que alarguen y eficazen innecesariamente la comercialización.

Se dirigió a los empresarios, lamentando no tener tiempo para dialogar con ellos y dijo:

Vivimos hoy tiempos difíciles, en España y fuera de España, tiempos de cambio, y hay que entender ese cambio correctamente: primero como un cambio cuyo sujeto somos todos, también los empresarios, también los ministros, en sus maneras, sus actitudes o sus privilegios; y luego hay que habituarse a ver el cambio no como un proceso corto y pasajero entre dos situaciones estables, sino como una situación duradera que plantea retos nuevos, a los que hay que dar también respuestas nuevas y valerosas. Sería equivocado esperar el retorno del sosiego perdido porque el nuevo tiempo hacia el que vamos será menos sosegado, más vivo, más dinámico, sin duda más difícil, pero también más prometedor y más justo. Acaso la mejor definición de democracia es la que atribuye al sistema democrático virtud para institucionalizar los conflictos inevitables. Esa institucionalización exige una serie de reformas, incluida la sindical, y el Gobierno está empeñado en la tarea de llevarlas adelante, con unos medios y en unas circunstancias que no ha elegido, pero también con una voluntad y una firmeza de propósito que han levantado, en los extremos, opiniones tan discrepantes como airadas.

Se refirió seguidamente a la situación económica, que tras un breve análisis permiten, si no fundar todavía un optimismo razonable, sí contemplar con esperanza la evolución durante los meses próximos.

Y terminó diciendo y en el orden político, en fin, tengo la convicción de que los problemas de la libertad se arreglan también con más libertad y en esa línea, que es la del Gobierno, creo que vamos avanzando con el ritmo posible.

Siga
con su
"la Caixa

Catalunya

En Alimentaria-76, el Ministerio de Comercio le enseña a comprar y comer

En nuestra primera visita a Alimentaria 76, ya les dimos una breve noticia sobre el «stand» informativo instalado por el Ministerio de Comercio.

Hemos vuelto: ayer por la tarde las puertas de la feria estaban ya abiertas para el público no profesional, y el ambiente estaba animadillo. Dos puntos de convergencia fueron el supermercado y la mencionada instalación del Ministerio de Comercio.

Hemos jugado al divertido entretenimiento de hacer preguntas. Y anotarias. Por ejemplo usted está convencido de que el comerciante ha de darle las mercancías debidamente envueltas. ¿Pero, sabe si existe alguna excepción? Uno de los monitores instalados del «stand» le responde, que si hay excepciones y éstas se refieren a verduras, hortalizas y frutas. Aunque posiblemente usted se irá más contento si el vendedor tiene la deferencia de darle para cada cosa una bolsita de plástico.

Precios claros y congelación

Se enterará que en los productos alimenticios hay obligación de poner bien claramente los precios... por kilogramo, si se trata de peso, claro. En el caso de que este precio se exprese en fracciones, entonces usted debe constar muy claro que se trata de 1/4 de kilo, o de 1/2 kilo. Si son confusos debe denunciarlo.

Más preguntas. No nos aclaran si el pan subirá; si, al fin, el kilo será auténticamente un kilo, pero si nos dicen que, si nos sirven el pan a domicilio, o por el sistema de «servirnos usted mismo» debe ir envuelto. Cuestión a revisar, porque cualquier dependiente también puede ser transmisor de gérmenes en su manos, mucho

más si además olvida de cobrar el importe de la venta, cosa que ocurre en muchas panaderías, todavía.

¿Cómo conocer si un huevo es fresco? Respuesta: Mirando al trasluz verá la amplitud de la cámara del aire: cuanto más pequeña más fresco. Otra prueba: sumerja el huevo en agua con sal, si no flota es fresco. Declinamos toda responsabilidad, si no ocurre así. Nos hemos limitado a copiar.

Ustedes saben que lo que más ha desprestigiado a los productos congelados, ha sido la falta de condiciones adecuadas para su venta, que obliga a descongelarlos en las paradas, para luego volver a congelarlos, especialmente ha ocurrido con el pescado. Por otra parte se da el caso de instalaciones inadecuadas para su conservación. Pero esto si ocurre es porque el comerciante quiere. Porque según las respuestas del monitor a un comerciante le conceden hasta 10 millones de pesetas para adecuar sus instalaciones a las necesidades de la cadena del frío. Puede devolverlos en 5 años, previo el pago inicial de un 20 % del préstamo, y con un interés del 8,75 % del capital adeudado. Mucho nos parece, la verdad... y el monitor faltaba en este caso una pregunta: ¿no harían una rebajita en esto de los intereses?

De los cuarenta para arriba los huevos son peligrosos...

En el monitor que habla de la alimentación, hay dos preguntas que se refieren a la cantidad de carne y pescado que debe ingerir una persona. Respuesta: por lo

menos de tres a cuatro veces a la semana, debe incluirse en el menú. La carne en cantidades entre 100 y 150 gramos. El pescado entre 150 y 250 gramos. ¿Educativas cuentas? Se lo dejamos a ustedes. Calculen la carne a 400 el kilogramo; la merluza del norte ayer, a 368. Multipliquen para una familia de cuatro personas... ¡Y verán para lo que sirve el sobre de final de mes!

Queda el recurso de la carne de pollo, que en el «stand» se recomienda porque tiene el mínimo de grasa y es fácil de digerir. Pero está a 85 el kilo.

¿Y los huevos? Puede tomarse de 1 a 4, semanalmente. Dos diarios, son exaltivos, especialmente el se ha pasado de los cuarenta...

Un consejo interesante. A los niños no se les debe dar bebidas refrescantes que contengan estimulantes. ¿Y cómo se entera el consumidor de las que tienen o no estimulantes si en el frasco no se dice la composición? No le queda más solución que consultar al médico; porque ya se sabe que la sabiduría popular tampoco vale.

¿Tanto cuesta detallar los ingredientes de una bebida, o de cualquier compuesto?

Por ejemplo cuando se habla de emulsores, el monitor, al igual que ocurre en el Código Alimentario se salta este extremo; así como la necesidad y obligación de que las conservas lleven una clave legible e inteligible de su fecha de caducidad, por lo menos. Importantísimo esto, como saben muy bien los productores si se quiere exportar a lugares que no sea África, claro.

No enteraremos de que el Código Alimentario pese a que lleva veinte años en danza, sólo ha dispuesto la puesta en vigor de los artículos que se refieren a la mantequilla, huevos, refrescantes, cervezas, turrónes, mazapanes, pastas alimenticias, caldos y sopas deshidratadas, chicles y caramelos, cacao, chocolate y derivados. Y nos tranquilizan en el sentido de que el Código no envejece porque a medida que se ponen en vigor sus artículos se les añade, o se quita, lo necesario de acuerdo con los adelantos técnicos.

Después de conocer todo esto, y muchísimo más —se lo recomiendo— se puede ir al supermercado, que ha sido instalado en la feria. Se ha organizado este sistema para evitar que en los «stands» se hiciesen ventas al público minoritario en detrimento de la atención al profesional. Sin embargo, es de suponer que el supermercado habrá tenido que ajustarse a unos precios que no sean competencia con el exterior. La prueba es que el precio de unas galletas, venía con el siguiente cartel: «En el «stand» le harán descuento».

Junto al supermercado hay un «stand» de piensos compuestos, que muestra, abierto en canal, un pavo insospechado. Es más grande y con más abundantes carnes que un lechón. Casi como dos lechones; casi un ternero... Carnes grandes, rojas... Un ejemplar de feria.

Enfrente mismo y como contraste la imagen bucólica de un auténtico corral con una gallina, rodeada de pollos, que picotean entre la paja. Una estampa verdaderamente histórica, de museo...

Maria Luisa ANTEM

En el Carmelo se construye un edificio en zona verde que bloquea una calle

El Plan Comarcal, que parece ser que no va a ser prorrogado de nuevo, sigue incidiendo desfavorablemente en algunas zonas de la ciudad. Y no únicamente por su configuración sino por su falta de aplicación ante situaciones irregulares. Los vecinos de las calles Santa Rosalía, Santa Albina, José San Genís, Dante y otras de los alrededores de la zona norte del Carmelo, están viendo estos días la construcción acelerada de un bloque de viviendas entre las calles Santa Rosalía, José San Genís y Santa Albina que corta la

circulación rodada y bloquea la calle, dejándola sin salida. El resto del solar sobre el que se construye el edificio está calificado en el actual Plan Comarcal y en la revisión de 1974 como zona verde.

La Asociación de Vecinos del Carmelo y los propios vecinos han formulado diferentes denuncias, estando todavía a la espera de una respuesta por parte de la Administración. En sus denuncias los vecinos exigen como primer paso la paralización de las obras y la demolición de lo construido hasta el momento.

PROXIMA INSTALACION DE CATORCE RIÑONES ARTIFICIALES

Anteayer, se firmó un acuerdo entre la Universidad de Barcelona y la Caja de Ahorros Provincial de la Diputación, por el que la Caja cede unos locales a la Universidad, para la instalación de un

puestos de diálisis con una capacidad para 60 enfermos. También existe un servicio a domicilio, pero en ambos casos la saturación plantea un problema angustioso para la ciudad.

LA ALIMENTACION, TEMA CENTRAL DE LA RUEDA DE PRENSA

Don Leopoldo Calvo Sotelo, en un acto en su visita al Salón de Alimentación, se reunió brevemente con los periodistas. De las rápidas declaraciones del señor ministro, de acuerdo con las preguntas que se le hicieron, resumimos lo siguiente:

● **PRECIOS.** La Junta Superior de Precios depende de Presidencia; es un tema complicado de un gran interés pero el Gobierno tiene medios para contenerlos.

● **PAN.** Con la liberación de la instalación de industrias y comercialización del pan se pondrá fin a una situación anómala mantenida durante demasiado tiempo. La mayor competencia dará mejores resultados, y por otra parte cada Gobierno Civil podrá actuar de acuerdo con las características de cada provincia; el nivel nacional no responde a la realidad.

● **CONSUMIDORES.** Hemos querido reorganizar el Ministerio a fin de poder prestar la máxima ayuda a las organizaciones de consumidores y de Amas de Casa y defender sus intereses.

● **INSTITUTO DEL CONSUMO.** Se inaugura en Barcelona en razón de la existencia de unas entidades que pueden prestar su apoyo a este Instituto cuya puesta en marcha se espera realizar en breve. Este Instituto deberá tener terminales en otras ciudades para una mayor eficacia.

EL SUBSECRETARIO DE COMERCIO VISITO LA AGROPACION DE AMAS DE HOGAR

En el programa del gabinete del ministro de Comercio en su visita a Barcelona figuraban los contactos con «las entidades que pueden prestar un mayor apoyo» al futuro Instituto del Consumo. Y el subsecretario de Comercio durante el acto inaugural estuvo preocupado en averiguar si las tres damas que ocupaban la primera fila eran las representantes de la Agrupación de Amas de Hogar. Luego se enteró que las directivas y afiliadas habían declinado la asistencia a los actos, porque no estaban de acuerdo con la organización de Alimentaria, que no ha tenido en cuenta el problema del consumo a nivel representativo en sus numerosas actividades.

Esto no fue obstáculo para que el subsecretario de Comercio, don José Lladó, se desahogara en la tarde de ayer hasta el local social de la Agrupación donde fue recibido por la directiva.

● **DISTRIBUCION.** El Ministerio está empeñado en enderezar las cadenas de distribución donde estuvieran torcidas, eliminando los eslabones innecesarios o excesivamente largos que suponen encarecimiento del producto.

● **LEY DE COMERCIO.** Todavía se pronto para afirmar si se redactará una nueva ley general o se procederá a la reconsideración de la existente rellenando las lagunas que lo precisen.

● **MERCADO COMUN.** El ministro expresó que en junio de 1977, con las elecciones generales, pueden quedar solventadas las cuestiones políticas que retrasan la entrada al Mercado Común. Quedarán pendientes solo las cuestiones económicas. Negociaciones factibles pero lentas, que podrían culminar en una asociación de pleno derecho de España alrededor del año 1980.

● **FRAUDE Y ADULTERACION.** Para el ministro ésta es una cuestión más grave que la de los precios. Para solucionarlo es necesario reforzar la inspección que no es tan fuerte como sería de desear.

con quien tuvo un cambio de impresiones sobre los temas que preocupan: precios, consumos, calidad, etcétera.

El señor Lladó Fernández-Urrutia dijo que ésta era una toma de contacto que al departamento consideraba absolutamente necesaria con vistas a las futuras acciones con respecto al consumo, y que había quedado grandemente complacido por la organización de la entidad, y por sus preocupaciones y conocimientos en un problema de gran interés a nivel de ministerio.

Con esta visita el subsecretario de Comercio venía a refrendar las alusiones que el señor ministro hizo sobre la entidad barcelonesa —pionera en el movimiento del consumo— tanto en su discurso como en su declaración a la prensa.

Pero las Amas de Hogar no estuvieron en Alimentaria.

El Instituto del Consumo con sede en Barcelona

LA LEY GENERAL DE COMERCIO, SOLO EN ESTUDIO

«En estos momentos se estudian todas las disposiciones legales existentes en torno al comercio, y no está claro que la próxima Ley General de Comercio sea una refundición de lo actual o bien haya que plantearse una nueva», ha declarado el ministro de Comercio, don Leopoldo Calvo Sotelo.

El señor Calvo Sotelo insistió también que actualmente se recogen información y antecedentes sobre la situación del comercio en España y que, posteriormente, tendrán lugar unas reuniones con miembros destacados y representativos del sector, para aclarar si es necesario una nueva Ley General de Comercio o intentar reactualizar la existente.

Asimismo, en el transcurso de la rueda de prensa, el ministro de Comercio dijo que veía factible el hecho de la integración de España en el Mercado Común, y añadió que las dificultades políticas desaparecerán cuando se efectúe la reforma que proclama el actual Gobierno, para lo que ha sido fijado un plazo que finaliza con las elecciones generales de 1977 —tras la finalización de la prórroga de las Cc-rr- y, después, las dificultades económicas serán objeto de unas conversaciones técnicas en las que se señalará un calendario y se supone que en 1980, España podría adherirse de pleno derecho al Tratado de Roma.

Se refirió después a la mayor competencia y transparencia del mercado panadero que existirá a raíz de la promulgación del decreto sobre el pan y dijo también, que la reorganización que su ministerio propugna es la de los canales de distribución, a través de las experiencias existentes en las Asociaciones de Amas de Casa y Consumidores, con mayor atención específica hacia éstos y sin que ello suponga dañar a los comerciantes tradicionales, que serán respetados, pero sin consideraciones contra las cadenas de comercialización consideradas como demasiado largas.

Otro de los temas que el señor Calvo Sotelo destacó en la rueda de prensa fue el del Instituto Nacional del Consumo, cuya sede estará en Barcelona, dado que —explicó— la experiencia en instituciones de este tipo, es mayor en la capital catalana que en Madrid, y se trata del deseo actual de la Administración española de no crear todos los nuevos organismos en la capital de España.



Una delegación de la República Popular China es atendida por Mauricio Casals, Consejero del Vicepresidente ejecutivo del certamen. Casals es en la actualidad presidente del grupo editorial de LA RAZÓN y adjunto a la presidencia de Atresmedia



Eugenio y Jaime Martínez Ubago confiaron en acciones colectivas como las de exponer en ALIMENTARIA o viajar al exterior con PROEXPA para impulsar su empresa familiar y mejorar ventas tanto a nivel nacional como internacional

CIEN MIL PESETAS POR UN RIOJA

El registro de la primera jornada de Alimentaria ha permitido contabilizar hasta 1.700 compradores, tanto nacionales como extranjeros. Y la delegación más exótica fue la de China, que vino encabezada por el secretario de la Embajada en Madrid, señor Chen Chen Ming, quien firmó en el Libro de Honor del certamen, utilizando su lengua y su alfabeto natal. Primera nota, también exótica, del libro.

Tenía el propósito de hacer un reportaje con ánimo crítico constructivo acompañada de algún grupo de amas de casa, representativo. Pero cuando lo intenté cerca de la Agrupación de Amas de Hogar, he recibido una amable pero enérgica negativa: "No tenemos nada que hacer allí".

A simple vista el certamen de Alimentaria 76 es perfecto. Es sobrio en la presentación de los productos, está bien distribuido, sin estrecheces, yo daría tres consejos: En primer lugar no intente visitarlo todo en una mañana. Es imposible. Segundo, para no fatigarse excesivamente elija aquel sector que como profesional, o simplemente como consumidor, pueda interesarle, y tercero procure hacer la visita con el estómago satisfecho, porque la presentación de pastelería, quesos, jamones, embutidos, etcétera, es un estimulante enorme para el apetito. No apto tampoco, para quienes están a régimen, pese a que hay una buena representación de alimentos dietéticos. A eso se le llama contemporalizar.

La subasta de vinos

Uno de los aspectos curiosos, a la vista del visitante ocioso, es la subasta de los vinos. Se ha habilitado para ello, el salón principal de Actos del Palacio de Congresos. Un tanto excesivo, posiblemente cómodo para el director de subastas, que tiene una perfecta visibilidad para las pujas. Pero falta calor; uno apenas se da cuenta quién es el caballero caprichoso capaz de ofrecer, y pagar, 23.500 pesetas por una botella de «Bordeaux rouge Château Lafite Rothschild, Pauillac, premier grand cru classé», del año 1928... Fue el vino que mereció abrir fuego en la subasta. Previa a ella un famoso catador, hizo los elogios del vino, en general, y del Burdeos en particular, cuyos 4 millones de hectolitros anuales no le privan de todas sus cualidades, entre las que el orados destacó las de «elegancia, suavidad, sedoso, aterciopelado, feminidad...». Luego refiriéndose a otro de los vinos dijo que tenía «carinosidad y vigor...» Y estuvo de acuerdo con el chauvinismo francés que les permite calificar a su Sauternes como el mejor del mundo. El catador pujó por un Oporto Bandeira de 1870, cuyas cuatro botellas se llevó por 5.500 pesetas. El precio de salida fue de 4.000.

A media subasta a un caballero se le

ocurre preguntar quién le garantiza que el contenido de aquellas botellas, sigue teniendo su calidad original. Le dicen que la calidad viene garantizada por los Institutos de Denominación de Origen, lo cual no evita, empero, que pueda producirse un cierto deterioro, con el transporte. Pero, ¿a quién se le ocurrirá abrir y beberse una botella de vino que ha costado más de 20.000 pesetas. Esto son piezas de museo.

Vinos de 1893

La botella más antigua de las subastadas fue un «Château Cantenac Brown, viña Margaux» que data de 1893, nada menos, su precio 14.100 pesetas. Tuvo un sólo postor.

Lo cierto es que la subasta transcurre rápido y sin emociones. Son muy pocas las pujas, y la mayoría de postores, se llevan su botella sin más competencia.

La cifra más alta ofrecida fue por un lote de dos botellas de Burdeos blanco de «Château Suduiraut, Sauternes», con fecha de 1899; había dos lotes más que no se los llevó nadie, pese a que el subastador hizo hincapié en que es un vino apreciadísimo por los buenos «gourmets»... el se atreven a abrir la botella, claro.

A medida que bajan los precios se anima un poco la subasta, y la mayor competencia la tuvo un vino húngaro del norte del lago Balaton, «Badascony Keknyelü», cuyo precio de salida fue de 700 pesetas, y en pujas de 100, llegó hasta 1.400. Si no me equivoco se lo llevó un compañero de la Prensa, que tuvo una animada actuación; se llevó también un «Valais Deux Crêtes» suizo.

Y el más barato entre los extranjeros fue un «Chianti que salió por 500, y se adjudicó en 1.100.

El primer alemán subastado, un «Württemberg Kloster Maulbronn», de viñas Riesling, del año 1945, fue concedido de salida a un solo postor que dio 5.000 pesetas.

Sigue luego una larga lista de vinos es-

pañoles que despiertan menos interés, pase a que un Vega Sicilia 1919, salió el día anterior en 15.000 pesetas.

Cien mil pesetas por una sola botella

La botella que bató todos los récords correspondió a un lote que no constaba en catálogo, pues llegó a última hora cuando éstos ya estaban impresos. Se subastó como «Lote A» y por él se pujaron hasta las 100.000 pesetas. Se trata de un vino de Bodegas Berberena, cosecha de 1952, que estaba fijado de salida en 25.000 pesetas. Estas bodegas han cambiado de propiedad y el vino ha permanecido sin envasar hasta este año. Se envasó precisamente al cambiar la propiedad de las bodegas. Tal vez ahí radique el interés de los postores que hicieron subir la cifra hasta la citada cantidad.

El otro récord corresponde a los vinos subastados anteayer. Se trata de un «Viña Tondonia», de Bodegas R. López de Heredia, cosecha de 1900 y cuyo precio de salida estaba fijado en 22.500 pesetas. Las pujas ascendieron hasta las 60.500. Se da la curiosa circunstancia de que otra botella, subastada inmediatamente a continuación, de idénticas características sólo alcanzó un precio de remate de 28.500 pesetas. ¡Y era el mismo vino!

Aprenda a comer con el Ministerio

Otra visita para el curioso puede ser el stand organizado por el Ministerio de Comercio, muy bien instalado, y donde por medio de unos monitores se responde a una serie de preguntas, que aparecen numeradas y que se refieren a «Dieta equilibrada», «Alimentación Infantil», «Economía Doméstica», «Carnes», y el «Frio y el calor en los alimentos». Todo ello viene ilustrado por «monigotes» de Perich, de Summers, entre otros.

Todo el stand es plenamente informativo, y uno de los monitores está dedicado en parte al Código Alimentario; una de las preguntas se refiere a si se acabarán los fraudes con el Código. La respuesta es más bien vaga, pero esperanzadora...

Si a uno no le convence el tecnicismo de todas estas respuestas puede entretenerse con la sabiduría popular, donde leemos entre otros:

«Jan bako edanak Kalte agiten dau». No se asusten es un dicho pacífico y alimenticio, aunque esté en vasco: «Hace daño la bebida sin comida». Y los gallegos nos dicen: «Probou a vella os gregos e lambeu os dedos», no precisa traducción. Y uno de casa: «La carn fa carn i ey vi fa sang...». El consumidor, elegirá si quiere tener carne o sangre...



La existencia de un Salón de la Alimentación en nuestro país de características y dimensiones adecuadas a la importancia real que este sector tiene dentro del comercio y la industria española, era una idea más a madurar y superar por parte de los máximos organismos y personalidades que se mueven dentro de este complejo mundo de la alimentación.

El acoplamiento de un sector dedicado a la alimentación a la Feria Internacional de Barcelona, como ocurrió en años pasados, era algo que se quedaba muy corto con arreglo a todas las disponibilidades y necesidades de reestructuración que el salón necesitaba y la industria alimentaria merecía.

El sector de la alimentación necesitaba un certamen independiente donde se dieran cita todos los profesionales del ramo. Trabajo, esfuerzo y lucha fueron tres directrices básicas para conseguirlo por parte de un grupo de hombres que, sin regatear esfuerzo alguno, han hecho posible que Alimentaria 76 abra sus puertas al pasado día 20.

El Salón de la Alimentación Alimentaria 76 nació como una realidad que responde a una necesidad del país. Era preciso contar con un salón internacional de alimentación dentro de nuestras fronteras por cuanto el desarrollo de las industrias del sector alimenticio así lo reclamaban con carácter de urgencia.

Pero este trabajo no fue fácil. Fueron muchas las dificultades de la más diversa índole que se tuvieron que salvar. Y para que nos hable de este trabajo, de estas dificultades y de las características básicas que definen a este Salón de la Alimentación, hemos charlado unos momentos con don Miguel Escobar Torres, vicepresidente de Alimentaria 76.

—A grandes rasgos, ¿cuáles han sido las principales dificultades que han debido salvarse para lograr Alimentaria 76?

—Todas. No nos hemos salvado de ninguna. El comité se constituyó a finales de julio pasado y empezamos a trabajar en el mes de agosto, en un mes propio para poner en marcha Alimentaria 76.

Posteriormente, el bloque por parte de los países extranjeros hacia España, la muerte del Caudillo que paralizó al país y la crisis económica nacional como con-

- Me gustaría que este salón fuera la cita obligada de toda la familia alimentaria.
- Por su tradición ferial y su europeización, Barcelona merece acoger al Salón Internacional de la Alimentación.
- Alimentaria puede ser el punto de encuentro de la alta tecnología de los países desarrollados hacia los países en desarrollo. Y la respuesta de éstos como oferentes de materias primas hacia los primeros.
- Líder alimentario: un nuevo galardón de alto prestigio dentro de la actividad alimentaria.

DON MIGUEL ESCOBAR, VICEPRESIDENTE DE ALIMENTARIA 76

secuencia de la crisis mundial fueron nuevos obstáculos que debíamos salvar.

Las elecciones nacionales también nos entorpecieron ya que al acudir en busca de ayuda a los presidentes nacionales de sindicatos no podían ayudarnos como consecuencia de este complot de espera que suponían estas elecciones. Después, el cambio de Gobierno, las elecciones de alcaldes y presidentes de Diputación supondrían nuevos tropiezos para que nuestras gestiones fueran todo lo fluidas que deseábamos. Y al a todo esto, le añade las últimas huelgas hechas por parte de carpinteros, transportistas y construcción y un conato por parte de las artes gráficas en el momento de imprimir el catálogo, podrá perfectamente darse cuenta de todas las dificultades que hemos debido salvar para que Alimentaria 76 viera la luz pública.

Alimentaria en Barcelona: el esfuerzo del catalán

—El logar que Alimentaria 76 se celebre en nuestra ciudad puede considerarse como un éxito de Barcelona con respecto a las otras ciudades feriales.

—El que Alimentaria se celebre en Barcelona ha sido el esfuerzo del catalán, independientemente de esto, era algo que se rendía esta evidencia. Por su tradición ferial, como ciudad más próxima a Europa, por su puerto y aeropuerto y por sus autopistas de comunicación con las fronteras, la industria nacional determinó que fuera Barcelona la ciudad que acogiera Alimentaria 76.

Indudablemente se debe tener en cuenta el esfuerzo de los hombres que determinaron democráticamente en Madrid que fuera aquí donde se celebrara este Salón de la Alimentación.

Novecientos expositores en seis sectores

—El despliegue de los sectores en que se divide Alimentaria 76 se debe a algún criterio concreto?

—Debíamos presentar todo lo que gira alrededor del mundo de la alimentación. Tomamos como eje central el producto y estudiamos el «pequeño» de materias primas que lo complementan al hacer

el diagrama del proceso de producción y comercialización de dicho producto.

Entonces, eran precisas unas materias primas que se consumieran en el tiempo con unos aditivos —primer sector—; después estas materias primas debían incorporarse a un proceso de tratamiento mediante unas máquinas y bienes de equipo —segundo sector—; el resultado de esto era el producto sólido y líquido —tercer sector—; este producto no podía presentarse tal y como salía, sino que debía envasarse y embalarlo —cuarto sector—; y este producto no puede ser estático sino que debe distribuirse y ponerse en los puntos de venta —quinto sector—.

A estos cinco sectores, se le añadió otro más, que denominamos «Región en desarrollo, industrialización agroalimentaria», que es un ensayo que hacemos en Alimentaria por considerar que estas regiones lo primeros que industrializan son productos agroalimentarios. Este es un sector que oferta las ventajas de unas zonas, unas comarcas, donde conjuntamente con empresas de ingeniería y el apoyo de entidades financieras, pueden constituir un sector muy interesante.

—Pienso que el público ha respondido favorablemente a la llamada de Alimentaria. ¿Qué número de expositores acuden y cuántos metros se ocupan?

—Ocupamos cinco pabellones feriales con una superficie bruta de 150.000 metros cuadrados, de los cuales son útiles tan sólo 40.000 metros cuadrados. Con esta ocupación nos ponemos en el segundo puesto de los salones monográficos del país. En cuanto a expositores, entre empresas móticas y representadas estamos alrededor de las 900 firmas expositoras.

El recinto ferial se quede pequeño

—Visto el éxito que acompaña a esta edición de Alimentaria, cabe pensar que el recinto ferial se hará insuficiente para dar cabida a todas las empresas en venideras exposiciones. ¿Habrá que acudir a realizar un doblamiento de diferentes sectores afines que se vayan celebrando periódicamente?

—Efectivamente, el recinto ferial, si seguimos con esta cadencia, ya será insuficiente en el año 1978, puesto que en esta ocasión hemos pedido que redujeran metros cuadrados y muchos no han podido asistir. Si en el 78 llenamos, y pensando en la presencia muy tímida de empresas extranjeras que este año acuden a fiscalizar, pero que darán una respuesta positiva en próximas ediciones, el recinto ferial se nos quedará muy pequeño para el año 1980.

Indudablemente, uno de los puntos que ahora están sobre el tapete es el doblamiento que usted apunta, pero no puedo responderle en estos momentos de una manera oficial por cuanto es un problema que tenemos planteado pero no resuelto.

Punto de reunión

—¿Cuáles son las principales características que configuran el planteamiento de Alimentaria?

—A nivel de país, destacaría su internacionalidad, profesionalidad, biennialidad y, por supuesto, la concentración de todo lo alimentario.

A nivel internacional destacaría algo que no hemos podido realizar plenamente por las causas que ha vivido el país y por la premura de tiempo en montar el Salón: España, por razones históricas, idiomáticas y geográficas, puede ser la plataforma y el lugar de encuentro de la alta tecnología de los países desarrollados de cara a los países en desarrollo fundamentalmente latinoamericanos, árabes y africanos. Y por otro lado, como respuesta por parte de estos países hacia los países desarrollados de la oferta de materias primas.

—¿Qué objetivos persigue este certamen?

—Quisiera que fuera la cita obligada de toda la familia alimentaria.

Hace pocos días oí con gran satisfacción una conversación en el aeropuerto de un grupo de profesionales de la industria alimentaria que al despedirse, se daban cita en Alimentaria. ¡Nos vemos en Alimentaria! Este es un slogan que querría para todos los industriales y profesionales de este sector de la alimentación.

Apoyo de la Administración

—¿Cómo ha respondido la Administración a este nuevo Salón?

—Con gran ilusión y entusiasta apoyo. Hemos recibido importante apoyo económico por parte del Ministerio de Comercio y de los Ministerios relacionados con esta industria alimentaria. Pase a todas las preocupaciones que tiene y ha tenido la Administración, han respondido estupendamente a todas las solicitudes de apoyo que hemos hecho con una verdadera entrega, puesto que están convencidos de la auténtica necesidad de la existencia del Salón.

—De todos los sectores asistentes, ¿cuál considera de un mayor interés?

—De los sectores destacaría la participación mayoritaria de maquinaria dedicada a los derivados de harinas; la industria del frío que el realmente damos la respuesta que ellos esperan, este salón se convertirá en el «Salón del Frío».

Por razones de espacio, respecto al producto cabe destacar los lácteos que son los que ocupan mayor superficie.

—¿Qué ha motivado la diferenciación de destacar unos días para los profesionales y otros para el gran público?

—En un principio, el comité se planteó al igual que en otros países, que el Salón tuviera un talante eminentemente profesional.

Después, una encuesta entre los industriales, determinó que era también importante que el consumidor final pudiera visitar el Salón. Hechos estos planteamientos, se decidió dejar los sábados y domingos para el gran público y el resto de los días de trabajo para los profesionales.

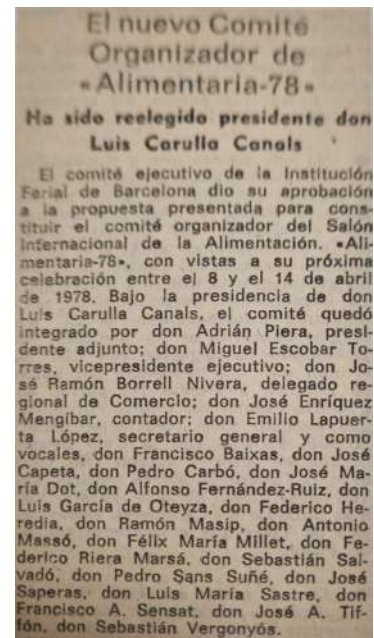
Líder Alimentario-76

—Finalmente, ¿qué finalidad persiguen los premios «Líder Alimentario-76», recientemente convocados?

—Con estos premios se quiere distinguir la labor de aquellas personas que han contribuido en los últimos años, de manera excepcional, a desarrollar campos de actuación en el sector alimentario empresarial o institucional del país.

Por otro lado, elevar el prestigio de la actividad alimentaria y colaborar en la difusión del Salón Internacional de la Alimentación en Barcelona.

Alberto VILLACAMPA



La feria como sistema operativo

Se incorporan imágenes de la actividad de Proexpa en los primeros años de su existencia, recordando su presencia con un pabellón colectivo de asociados en SIAL76 donde brillaron persona y producto. El primero Albert Durán Samaranch profesional que diseñó la expansión internacional de Freixenet y que aquí aparece durante su participación en la misión que visitó el Cono Sur y el segundo el arroz con leche PAIDO que causó sensación en París, por su novedad. La segunda foto reseña la misión exportadora que visitó Ciudad de México así como, en el mismo viaje, Guatemala y Puerto Rico.

En cuanto a comercio y distribución, se incluye un artículo, firmado por la AED, sobre supermercados aparecido en El Noticiero Universal en noviembre de 1975, mientras que en La Vanguardia se publicaba un artículo del profesor Jose R. Santolalla miembro del CETED y que apoyó, con sus contactos en Bruselas, la entrada de AECOC en la EAN, así como un folleto de programa del *Congrés Català de la Distribució Comercial* celebrado en 1979, en la que participaron miembros de la organización de ALIMENTARIA.

En lo que se refiere a la hostelería, y en materia de restauración colectiva, un artículo publicado en La Vanguardia, por el profesor Gregorio Varela que participó en las jornadas de ALIMENTARIA 78. Así como noticias del proyecto que bajo el asesoramiento de Luis Bettonica inició la colaboración activa con la restauración *full service* en la ciudad de Barcelona en 1978. Y ya, su inclusión como complemento de servicios de restauración en el seno del recinto, en las siguientes ediciones, dejándose constancia de lo sucedido en la edición de 1982, donde los restaurantes de Jose Monje o Isidro Gironés aportaron su riqueza gastronómica a la oferta de restauración dentro del recinto de Montjuïc.



Alberto Duran Samaranch de Freixenet, con Jaime M. de Ubago, y Julia Orensanz directora general de Proexpa



Miembros de la Mision de Proexpa en Ciudad de México 1980

El delicioso arroz con leche

Arroz con leche
Païdo

de Païdo, listo para servir.

EN UNA RUEDA DE PRENSA EN A. E. D.

PANORAMICA DE LA DISTRIBUCION ALIMENTARIA A TRAVES DE LOS SUPERMERCADOS

En una rueda de prensa celebrada en el Hotel de Ville de París, el 15 de octubre de 1979, el Sr. Pere Carbonell, Director General de DYMA, S. A., presentó a los periodistas la experiencia del CECOD a Francia. La rueda de prensa fue presidida por el Sr. Bertil Lapalu, Director General del CECOD.

El Sr. Carbonell explicó que el CECOD es una asociación de consumidores que trabaja para mejorar la calidad de la alimentación y la salud de los consumidores. En este sentido, el CECOD ha desarrollado una serie de acciones, entre ellas, la creación de una red de supermercados que ofrecen productos de calidad a precios justos.

El Sr. Carbonell también mencionó que el CECOD ha desarrollado una serie de programas de formación para los consumidores, con el fin de que puedan tomar decisiones más conscientes al momento de comprar.

AED escribe sobre supermercados

«Per una política catalana de comerç interior»

I^{er} CONGRÉS CATALÀ DE LA DISTRIBUCIÓ COMERCIAL

Sota el patrocini de la Generalitat de Catalunya

COMUNICAT nº 2

Barcelona-25, 26 i 27 d'abril del 1979

4.^a Ponència: FORMACIÓ I ASSISTÈNCIA TÈCNICA AL COMERÇANT.

Ponent: Sr. Pere CARBONELL i FITA, Director General de DYMA, S. A.

Conferència: L'EXPERIÈNCIA DEL CECOD A FRANÇA. Conferenciant: M. Bertil LAPALU, Director General del CECOD.

5.^a Ponència: PAPER DE LES ASSOCIACIONS EMPRESARIALS I PROFESSIONALS DE COMERCIANTS.

Ponent: Sr. Mario CANIZAL, Director del Departament d'Informació del Saló Internacional ALIMENTARIA.

6.^a Ponència: PROBLEMÀTICA LABORAL DEL COMERÇ.

Ponent: D. Juan CAMBRA EZA, Advocat especialista en Dret del Treball.

7.^a Ponència: LA PRESSIÓ FISCAL SOBRE EL SECTOR COMERÇ.

Ponent: Sr. Alexandre PEDROS, Catedràtic d'Hisenda Pública de la Facultat de Ciències Econòmiques.

CONSEILS DE PONÈNCIES

Com sigui que s'està produint l'incorporació successiva de membres representatius en els Consells, reservem per al proper comunicat la composició definitiva dels esmentats Consells.

DRETS DES CONGRESSISTES

La condició de congressista, independentment de les condicions d'inscripció que corresponguin, confereix els següents drets:

- 1.^{er} Participar en les sessions plenàries i en les de grup, intervenint en discussions i col·loquis.
- 2.^{er} Presentar esmenes a les propostes de recomanacions de les ponències, d'acord amb les normes reglamentàries.
- 3.^{er} Rebre els textos de les conferències i ponències i de les recomanacions que adopti el Congrés.
- 4.^{er} L'ús dels serveis del Congrés: traducció simultània, dinars de treball i refrescos previstos en el programa.
- 5.^{er} Per tant, en totes les quotes queden inclosos els dos dinars de treball i els refrescos previstos en el programa.

CONDICIONS D'INSCRIPCIÓ

Per a l'inscripció al Congrés cal omplir i trametre el BUTLLETÍ D'INSCRIPCIÓ, d'acord amb les següents categories de participants:

1. ENTITATS COPATROCINADORES.—Són aquelles que per la seva representativitat i/o l'importància del seu ajut econòmic, contribueixen d'una manera decisiva a assegurar la realització del Congrés (§).
2. ENTITATS COL·LABORADORES.—Les associacions professionals o empresarials de comerciants, organitzacions o empreses comercials, industrials i de serveis relacionats amb la distribució, que, a part de contribuir a la promoció del Congrés, suscriuen la quota de 50.000 pessetes (§).
3. CONGRESSISTES COL·LABORADORS.—Membres d'empreses industrials i de serveis, experts i persones interessades, en general, en els problemes de la distribució a Catalunya, que, amb la seva quota especial, contribueixen a facilitar l'assistència dels congressistes numeraris: 15.000 pessetes i 12.000 a partir de la 2.^a inscripció de membres d'una mateixa empresa o entitat.
4. CONGRESSISTES NUMERARIS.—Exclusivament comerciants i membres d'empreses comercials que suscriuen la quota corresponent i executius de les associacions professionals o empresarials de comerciants: 5.000 pessetes. (Per tant, no es podran beneficiar d'aquesta quota especial els congressistes membres d'empreses industrials o de serveis).
- (§) Les entitats copatrocinadores i col·laboradores tindran el dret d'inscriure, d'acord amb la quota suscrita, un dels seus membres com a congressista.

EL PLAN DE REESTRUCTURACION COMERCIAL: UN CAMINO CON FUTURO

bloemen

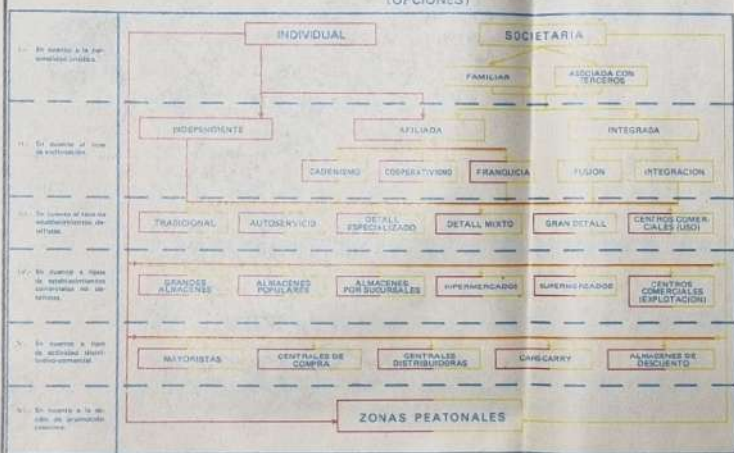


1. Utrecht. Centro Overvecht. Tienda de flores. — 2. Madrid. Vieja drogueria. — 3. Utrecht. Centro Overvecht. Tienda selecta de alimentación. — 4. Organigrama de reestructuración del comercio detallista español.

AUTOR: PROFESOR J. R. SANTOLALLA

AÑO 1977

REESTRUCTURACION DEL COMERCIO DETALLISTA ESPAÑOL (OPCIONES)



I. INTRODUCCION AL PROBLEMA

Si hay que aceptar una formulación de nuestro comercio objetivo y desasosada, hemos de convenir que:

«Este desde su origen, hasta su actualidad final, existe por vocación de satisfacer las necesidades de los consumidores; contribuyendo a mejorar la calidad de la vida; animando la vida urbana y rural; aumentando la competitividad de la economía nacional, y todo ello dentro de una racional rentabilidad que permita al comerciante participar, en la sociedad a la que sirve y desarrolla, con niveles de renta adecuados».

Esta afirmación, sobre la libre actividad comercial, entendida dentro de un marco de competencia clara y leal, tiene últimamente muchas declaraciones oficiales de «buenas intenciones imperantes» (Pacto de la Moncloa; reorganización del Ministerio de Comercio con la aparición de una Dirección General de Ordenación del Comercio y el propio Instituto de la Reforma de las Estructuras Comerciales (RESCO); además de otras también más, de grupos diversos. Pero todas ellas, con más voluntad que acierto; con más «filosofía de magia» que conocimientos técnicos en la materia, y que nada han hecho para resolver los acuciantes problemas del comercio español.

Y es que, como en todo problema, sólo los auténticos protagonistas son los únicos capacitados para resolverlo adecuadamente; y el comercio español no es una excepción.

En este caso, los protagonistas son: junto al indispensable comerciante, los productores y los consumidores, bajo el arbitraje y apoyo de la Administración. Cualquier solución que se pretenda alcanzar sin la participación equilibrada de todos los protagonistas, está condenada de antemano al fracaso. La problemática comercial es exclusivamente técnica; y técnicamente debe resolverse. Parcializarla, sectorizarla o incluso politizarla son inútiles y venenosas procesos que sólo servirán para agravar su desastrosa situación actual.

II. ENTORNO DE LA REALIDAD DEL COMERCIO DETALLISTA ESPAÑOL

En líneas generales y sin temor a equivocarnos mucho, podemos afirmar:

— ESTABLECIMIENTO DE UN PLAN DE REESTRUCTURACION COMERCIAL.

7) EL PLAN DE REESTRUCTURACION COMERCIAL deberá comprender los siguientes puntos:

1.º Realización del LIBRO BLANCO sobre el COMERCIO DETALLISTA ESPAÑOL.

2.º A la vista de los resultados del punto anterior: REALIZACION DE UN PROGRAMA NACIONAL DE REFORMA.

3.º APLICAR DICHO PROGRAMA en unas AREAS PILOTO, para demostrar su eficacia y conocer prácticamente sus dificultades de implantación. Este aplicación tendrá como base:

— Un proyecto de estudio.

— La puesta en servicio de los MODELOS DE TIENDAS-TIPO.

4.º ESTABLECIMIENTO DEL MARCO LEGAL ADECUADO, que tendrá las siguientes vertientes jurídicas:

— ORDENACION TECNICA, con la adopción de un LENGUAJE y UNA CODIFICACION DE PRODUCTOS UNICA, como ya empieza a existir en los países más avanzados.

— ORDENACION LEGAL DEL COMERCIO, con la implantación de la LEY GENERAL DEL COMERCIO, la Reforma adecuada para el COMERCIO de la Ley de ARRENDAMIENTOS URBANOS y la constitución, en las ciudades de una determinada importancia, del sueldo comercial como EQUIPAMIENTO CIUDADANO para evitar toda posible especulación.

— ORDENACION MUNICIPAL, dictando las medidas educativas a nivel local para favorecer la reforma comercial (horarios, carga y descarga, impuesto de plusvalía, etcétera).

— ORDENACION ECONOMICA, estableciendo los sistemas financieros que propicien la reforma (subvencionando por cierre, co-

pital para mejorar, etcétera).

A) Existe un comercio detallista, excesivamente atomizado, anárquicamente localizado, inodicamente dimensionado y rentablemente antieconómico.

B) Producto de todo lo anterior, sólo se ofrecen al detallista dos opciones: — CERRAR y — REESTRUCTURARSE.

C) Si se opta por el CIERRE, debe elegirse una de estas tres posibilidades: — INDEMNIZACION por cese en la actividad.

— RECONVERSION profesional hacia otras actividades no detallistas.

— JUBILACION (normal o anticipada) con indemnización.

D) Si, por el contrario, se desea la continuidad, puede, a su vez, escogerse uno de estos dos caminos: — CONTINUAR SIN CAMBIO, siempre que se demuestre la viabilidad del detall y este no presente ningún aspecto negativo de los enunciados en el punto A).

— REESTRUCTURACION adaptándose a cualquiera de las posibilidades que se exponen en el cuadro número 1.

E) Si llegar a una realización práctica de cualquier reestructuración expuesta en el cuadro anterior base conseguir alcanzar el nivel adecuado en: — CONOCIMIENTO DE LAS TECNICAS MAS MODERNAS.

— FORMACION ADECUADA AL COMERCIANTE.

— EXISTENCIA DE TECNICOS-ASESORES ESPECIALIZADOS.

— OTORGAMIENTO DE LOS MEDIOS ADECUADOS.

5.º CREACION Y PUESTA EN MARCHA DE LOS ORGANISMOS PROPICIADOS por el éxito del programa, con una amplia representación de los comerciantes, además de los consumidores, industriales y la Administración.

6.º REALIZACION DEL PROGRAMA NACIONAL, después de obtenidos los primeros resultados positivos de las AREAS PILOTO.

7.º CONTROL DE LOS RESULTADOS por el organismo creado al efecto según lo aprobado en el punto 5.º.

8.º PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO NACIONAL ASESOR DE LA FUNCION COMERCIAL.

III. CONCLUSION

Estos son los puntos fundamentales ya expuestos a la Administración, para una reestructuración práctica y eficaz del comercio español; en los que además ya están de acuerdo cuantos comerciantes los conocen, que son mayoría en nuestro país. Lo que hace falta es ponerse a trabajar seriamente para su puesta en práctica y dejarse de dilaciones de «difícil oportuno político»; inoperancias oficiales delidas a desconocimientos técnicos, que no sólo no resuelvan el problema apartando injusta e inadecuadamente a sus auténticos conocedores, sino que lo agravan incluso, creando una situación insostenible en tan importante como básico sector de nuestra economía y de nuestro bienestar social y ciudadano.

La Administración tiene la palabra, los protagonistas esperan su convocatoria.

JOSE R. SANTOLALLA
Profesor de la Facultad de Ciencias
Económicas de la Universidad
Central de Barcelona

ALIMENTACION COLECTIVA Y CATERING



UNA de las consecuencias de la organización actual de nuestra sociedad es ese número de personas que comen fuera de su casa. Una parte de ellas lo hacen en régimen de dieta completa, es decir, que todas las comidas se realizan en un colectivo, tal es el caso de las unidades militares, hospitales, cárceles, residencias de cualquier tipo, etcétera. Pero otra parte importante de la población, aun residiendo en sus casas, hacen alguna comida fuera.

Aun cuando la proporción de personas que utilizan ambas modalidades de alimentación colectiva va en aumento, es en la segunda donde se ha dado tal incremento que ha hecho que se comiencen a estudiar seriamente los problemas que este proceder pueda presentar.

Pudieramos decir que estamos pasando de la alimentación familiar a la colectiva, y este paso, al lado de indudables ventajas de las que también nos ocuparemos, puede presentar problemas que convendrá conocer.

Ante todo hay que decir que la alimentación colectiva seguirá incrementándose y que incluso su problemática se complicará. Y habría que tener presente también que debe resultar tan nutritiva por lo menos, como la doméstica y, además, más segura desde el punto de vista sanitario. Y presentará, además, evidentes ventajas de tipo económico. Para que esto sea así, será necesario que conozcamos los distintos factores que la pueden influenciar. Este sentimiento ha hecho que sean muchos los laboratorios que están trabajando en dicho campo y sus resultados han dado lugar a una bibliografía que empieza a ser abundante. Los distintos Congresos Internacionales de Nutrición han venido concediéndole al tema una importancia creciente y como ejemplo de este interés se puede señalar el que en el pasado mes de septiembre se celebró en Nancy (Francia), unas Jornadas de Estudio sobre la Alimentación de las Colectividades que resultaron muy interesantes y en las que tuve el honor de pronunciar la conferencia de clausura.

Los problemas que puede presentar esta alimentación han de ser contemplados desde cuatro perspectivas: sanitarias, nutritivas, psicológicas y económicas. Todas ellas son aplicables a las dos modalidades de alimentación colectiva a que nos hemos referido.

En cualquier caso nuestro objetivo es proporcionar una dieta total o solamente una comida que sea bien aceptada, que no presente problemas de toxicidad a corto o a largo plazo y que cubra los requerimientos nutritivos al menor costo posible.

Recordemos brevemente el esquema general de la nutrición. Se trata por un lado, de conocer las necesidades en energía y nutrientes que necesitan los miembros de la colectividad, y por otro de averiguar las ingestas reales de dichos

nutrientes, enfrentando ambos tendremos la base de un diagnóstico del estado nutritivo del colectivo.

El cálculo de las necesidades en energía y nutrientes ha de hacerse teniendo en cuenta las distintas situaciones fisiológicas y ecológicas que se dan en el citado colectivo. En cuanto a conocer los nutrientes que realmente ingerimos es este un problema difícil como ha puesto de relieve la reunión del Proyecto COST de la Comunidad Económica Europea celebrada en Dublín el pasado mes de noviembre de 1977 y donde se señaló como línea prioritaria de investigación la necesidad de este conocimiento como base de cualquier programación dietética de una colectividad.

Las razones de tal incertidumbre, en cuanto a la cantidad y calidad de los nutrientes realmente ingeridos, se debe a que el alimento, almacén de nutrientes, desde que es producido hasta ser metabolizado por el hombre, sufre una serie de peripecias que en muchos casos suponen pérdidas en su valor nutritivo. Podríamos decir que la

un aporte muy escaso en el conjunto de la dieta.

3. Si bien las necesidades se suelen expresar por cabeza y día, esto no quiere decir que en la dieta diariamente hayan de ingerirse necesariamente estos nutrientes, ya que el hombre tiene reservas suficientes que permiten la compensación sin problema. Por ello el ajuste entre necesidades e ingestas puede hacerse para el conjunto de una semana.

4. Cuando, como es el caso más habitual, los miembros del colectivo toman cinco almuerzos por semana fuera de casa ha de tenerse en cuenta que el aporte de estas 5 comidas es solamente una parte de la dieta semanal. Por tanto, en la programación de estos almuerzos habrá de considerarse, asimismo, el resto de la dieta consumida en la casa.

5. Cualquier programación dietética, para que tenga éxito, ha de basarse en lo posible, en los hábitos alimentarios; si no fuera así, disminuiría la aceptación según empezamos a tener experiencia suficiente.



diferencia entre el valor nutritivo potencial que tiene el alimento al ser producido, al valor nutritivo real que obtiene el hombre al metabolizarlo, es de tal consideración que justifican los esfuerzos que tecnólogos y nutriólogos están realizando actualmente para disminuirla.

En nuestro caso concreto estas vicisitudes se refieren a los distintos procesos de tratamiento y conservación industrial. Sin embargo, hay una tecnología a la que hasta hace poco tiempo se le había concedido escasa importancia: la culinaria. No obstante su importancia es decisiva, ya que prácticamente en la totalidad de los casos es un paso previo a su ingestión por el hombre. Además, algunos de los procesos culinarios, como podría ser el caso de la fritura, pueden suponer un marcado daño al citado valor nutritivo.

El problema de la culinaria doméstica se ha ampliado al hacerse ésta industrial y su problemática también se ha incrementado.

En la culinaria colectiva, a diferencia de la doméstica, surge, además, otro tipo de proceso cuya incidencia en el valor nutritivo de los alimentos hay que tener en cuenta. En el caso del hogar los alimentos suelen ser consumidos inmediatamente después de ser cocinados. Esto, en la mayoría de los casos, no es posible en la culinaria industrial, ya que ha de preparar previamente sus elaborados y el tiempo que tardan en ser consumidos hace que presenten unos caracteres organolépticos, lo que los nutriólogos llaman palatabilidad, disminuidos lo que supone una menor aceptación. Por ello, existe una tecnología bastante reciente que trata de recuperar esta baja palatabilidad y por ejemplo, los resultados obtenidos con las técnicas de recalentamiento por microondas son muy satisfactorios desde el punto de vista de la aceptación, pero habrá que conocer de qué manera inciden en el citado valor nutritivo.

Otras consideraciones que habrá que tener en cuenta también al juzgar el daño en el valor nutritivo de los alimentos durante los distintos procesos de la alimentación colectiva se podrían concretar en los siguientes puntos:

1. La importancia del nutriente en la satisfacción de las necesidades nutritivas de los miembros del colectivo. Queremos decir que no importará tanto una disminución en la cantidad de vitamina C o de grasa, nutrientes consumidos normalmente en exceso en nuestro país, como de vitamina A o B: cuya ingestión es mucho menor y en algunos casos bastante deficitaria.

2. La proporción de los distintos tipos de alimentos en el aporte de los diferentes nutrientes. Es decir, cuando un alimento como el pan o las patatas es consumido en cantidad sustancial del daño a los distintos nutrientes será más de tener en cuenta que el daño a otros alimentos que sean consumidos en menor cantidad como puede ser una mermelada, en virtud de que éstos suponen

A la vista de las anteriores consideraciones cuando se trate de organizar un comedor colectivo conviene comenzar por conocer el estado nutritivo medio de los miembros del mismo. El método más idóneo es el llamado de encuesta familiar, con un muestreo suficientemente representativo del mismo. Con los datos de este estudio tendremos la información suficiente para conocer lo siguiente:

1. Diagnóstico del estado nutritivo y si éste para los distintos nutrientes y la energía es satisfactorio, deficitario o excesivo.

2. Los hábitos alimentarios de los que ya hemos hablado.

3. El aporte nutritivo del resto de las comidas diferente a los 5 almuerzos habitualmente consumidos fuera de casa.

Los datos de la encuesta deberán ser lo suficientemente completos para llegar a una programación de menús, que habrá de hacerse teniendo en cuenta las disponibilidades de alimentos y el costo de los mismos. Se trata de cubrir, según los gustos de la población, las necesidades nutritivas al menor costo posible y utilizando los alimentos que en aquel momento nos suministren los nutrientes en las condiciones más adecuadas. Por ello, parece aconsejable hacer programaciones variadas para cuatro semanas y por lo menos para las dos estaciones del año en las que las disponibilidades de alimentos sean más distintas (invierno y verano o primavera y otoño, según los casos).

Esta nueva tecnología, desarrollada según los comentarios que acabamos de hacer, puede tener una gran aceptación y suponer grandes ventajas desde el punto de vista nutritivo y económico.

En muchos países son la base de una política alimentaria que ha de ser conducida sutilmente y teniendo en cuenta las anteriores consideraciones permitirá, por ejemplo, la utilización de los llamados alimentos subutilizados, es decir, de poco prestigio aun cuando sean excelentes desde el punto de vista sanitario y nutritivo. Tal es el caso en nuestro país de algunos llamados pescados grasos y del mejillón, que con un excelente valor nutritivo y un costo muy bajo presenta, sin embargo, serios problemas de mercado precisamente por la falta de una política alimentaria que favorezca su consumo.

Para terminar queremos recordar lo que es hoy un dogma en nutrición, y es especialmente válido para el caso de la alimentación colectiva: «Nos alimentamos no solamente para cubrir unas necesidades, sino que el comer es, además, un placer y una expresión del desarrollo cultural de los pueblos».

Profesor doctor Gregorio Varela, director del Instituto de Nutrición del C.S.I.C. Facultad de Farmacia, Madrid.

Barcelona, capital gastronómica de España

Se inauguraron ayer las Jornadas Gastronómicas que, como homenaje a las cocinas regionales de España, han organizado Alimentaria-78 y la revista "Club de Gourmets", en el marco señorial del "Hotel Princesa Sofía", en su restaurante "Le Gourmet".

Las Jornadas han suscitado un general interés en Barcelona y han convocado a un gran número de gastronomos y aficionados del país. Interés y participación que nos parecen perfectamente justificados por el programa de la manifestación: a la exhibición, ayer noche, de la nueva cocina vasca de Guipúzcoa, seguirá esta noche la presentación de la cocina gallega, a cargo de Antonio García, «chef», y propietario del restaurante Duna, de La Coruña, y sucesivamente, de las cocinas catalana, murciana y andaluza. Éxito rotundo de los cocineros guipuzcoanos: Juan Mari Arzac y su colaborador Luis Fernández, del restaurante Arzac; Pedro Subijana, de Akelarre; Ramón Roteta, de Kurlinka, y Carlos Arguiñano, del Club de Golf de Zarauz, han repetido en Barcelona la brillante y positiva experiencia de hace unos meses en Madrid. El menú ha representado una síntesis, equilibrada y suficiente, de la más auténtica cocina vasca interpretada, con acento personal y admirable, por estos jóvenes «chefs», artistas indiscutibles: ostras calientes, pastel de setas del Goyerri (nuestros «siureny», los «Boletus edulis», oportunamente conservados en aceite), dorada a la pimienta verde, muslos de ganso (del ganso joven, guisados en su propia grasa, confitados y acompañados con patatas asadas a la finas hierbas), queso de Idiazabal (sabroso y discretamente ahumado) y el helado de fresas, han constituido una demostración del más refinado arte

Como decíamos, la manifestación gastronómica ha sido un éxito. Barcelona ha respondido, y responderá los próximos días, al esfuerzo de estos cocineros, al-

gunos de los cuales han viajado a Barcelona con antelación a las Jornadas para tomar los necesarios acuerdos con don Salvador Sáiz, «chef» del Princesa Sofía, sin duda uno de los más prestigiosos profesionales de Barcelona, plenamente identificado con sus colegas foráneos, ilusionados con la iniciativa de estas Jornadas Gastronómicas. Los cocineros invitados han traído buena parte de las materias primas de sus respectivos restaurantes y se han planteado su trabajo en Barcelona con la firme voluntad de ofrecer sus propias creaciones en la máxima perfección.

Además de la colaboración de los «chefs» —aparte de los ya citados: Josep Mercader, del Hotel-Restaurante Ampurdán, de Figueras; Raimundo González, del Rincón de Pepe, de Murcia, y Paul Schiff, de La Hacienda, de Marbella— ha sido decisivo para las Jornadas el apoyo de Alimentaria-78 y el desvelo de don Miguel Escobar, vicepresidente del Salón, que ha querido incorporar al certamen el sector de la restauración pública, una de las razones últimas del mercado de los productos de alimentación. No menos importante ha sido la intervención de Club de Gourmets, la primera revista de gastronomía que tenemos en España. Objetivo básico de la publicación es la divulgación de la auténtica cocina, y por ende, de las cocinas regionales del país. Debemos añadir, y subrayar, que es otra preocupación de Club de Gourmets el contribuir al reconocimiento que merecen, profesional y socialmente, los cocineros y trabajadores de cocina. La labor que la revista ha desarrollado en este sentido desde que iniciara su publicación hace ya dos años, es muy considerable y merece el elogio más sincero. Estas Jornadas son un aspecto más de este empeño.

Finalmente, la dirección del Princesa Sofía ha aportado su organización y sus medios para que Barcelona, durante estos días, sea la «capital gastronómica de España». — L. B.

Salón **alimentaria78**
Revista **GOURMETS** y

HOTEL PRINCESA SOFIA

Presentan las
1.ªs JORNADAS GASTRONOMICAS
en el Restaurante
Le Gourmet

Lunes, 10,
a las 22 horas
NUEVA COCINA VASCA
por los Restaurantes "Akelarre",
"Kurlinka", "Arzac", de San
Sebastián y "Golf", de Zarauz

Martes, 11,
a las 22 horas
COCINA GALLEGA
por el Restaurante
"Duna", de La Coruña

Miércoles, 12,
a las 22 horas
COCINA CATALANA
por el Restaurante
"Ampurdán", de Figueras

Jueves, 13,
a las 22 horas
COCINA MURCIANA
por el Restaurante
"Rincón de Pepe",
de Murcia

Viernes, 14,
a las 22 horas
COCINA ANDALUZA
por el Restaurante
"La Hacienda", de
Marbella

Reservas
Tel. 330 7111

HOTEL PRINCESA SOFIA



Jose Monje e Isidre Gironés con sus restaurantes, apoyaron las iniciativas gastronómicas iniciadas en Alimentaria78



Luis Bettonica junto a Néstor Luján y Ramón Cabau, contribuyeron a la presencia de conocidos restaurantes en ALIMENTARIA desde 1978

Estructuras que sostuvieron el conjunto de ALIMENTARIA

Tal como puede verse en el trabajo, del conjunto de sectores que componen el *upstream* de la industria alimentaria, estuvieron en el certamen con importante presencia, dos de tipo horizontal; Aditivos y Frío y otros dos de tipo vertical: el sector de panadería-pastelería artesana y el cárnico, especialmente vinculado éste último a mataderos y sus productos.

De esos cuatro sectores se reseña aquí el avance que supuso divulgar en los medios de comunicación la utilidad de los aditivos en la industria alimentaria con el Dr Roberto Xalabarder como principal relator mientras que para el equipamiento frigorífico y el cambio que se produjo en el sector de mataderos fruto de la nueva legislación, se contó para similar objetivo con el conocimiento y experiencia del ingeniero Isidre Roca.

En cuanto al sector panadero-pastelero su presencia en la feria fue asimétrica, ya que el mundo del pan vivía en aquellos años cambios legislativos trascendentales que modificaría su estructura productiva, comercializadora e incluso a nivel de relevos en materia de dirigentes empresariales.

Ese escenario no fue motivo para que la respuesta de la profesión fuera total y así se demostró no sólo con la presencia de los nuevos directivos a nivel nacional, sino también por la asistencia de panaderos en jornadas como las que protagonizaron el Dr. Carlos Barros o Daniel Hausmann Montaner, éste ultimo merecedor también de alabar su protagonismo en toda la industria alimentaria por su dominio en materia de colorantes y de creación de nuevos productos (adaptó la fórmula en la que se basó el lanzamiento de Bitter-Kas).

En cambio, la pastelería-artesana pudo vivir desde el inicio momentos de esplendor usando ALIMENTARIA como plataforma de exhibición en el certamen la creatividad de sus maestros pasteleros, impulsada por Francesc de A. Baixas, cuyo legado recibirá la flamante Escuela de Pastelería-Confitería de Barcelona, de donde saldrá una nueva generación d profesionales capaces de perpetuar la notoriedad de sus antecesores, con obras como al Carabela de Chocolate, montada y expuesta en ALIMENTARIA 82.

Destáquese sobre esta obra su tamaño: 13,8 metros de largo, 2,5 de ancho y 8,5 de alto, construida a partir del uso de 5tm de chocolate y 800 horas de trabajo *in-out* del recinto por parte de los maestros Balcells, Cardona, Ortiz y Parellada.



Roberto Xalabarder



Daniel Hausmann



Isidre Roca

LA INDUSTRIA ALIMENTARIA RESPONDE AL RETO DE LA VIDA MODERNA PONENDO A TRABAJAR CANTIDADES CRECIENTES DE TECNICOS

colorantes naturales como las xantófilas, beta-caroteno, anatto (¿a qué huelen a «química»? pueden ser utilizados sólo cuando el proceso tecnológico no implica altas temperaturas pues en tal caso, se destruyen como ya hemos comentado.

Entre los aditivos naturales encontramos, además de los colorantes recién señalados, a toda una serie de féculas y almidones, extractos de algas, gomas, vinagre, albúmina de huevo, lecitina, vitamina C, caseína de leche, extractos naturales aromáticos, gelatina, pectinas, ácidos cítrico y tartárico, etcétera.

Los aditivos puramente sintéticos se limitan, en la actualidad, a unos pocos colorantes, antimicrobianos y antioxidantes. Y, en medio, hay una larga serie de semisintéticos o seminatúrales, entre los que se encuentran los derivados de ácidos grasos naturales, glicerina y sorbitol de amplia aplicación como emulsionantes, humedecedores y, en definitiva, estabilizantes.

En conjunto, todos son productos químicos porque toda materia es química: el hombre es una complejísima reacción química en continuo funcionamiento que precisa de más sustancias químicas, en forma de aire o de alimentos, para que dicho funcionamiento no se pare o no se altere. En este conjunto, los aditivos son una pequeña parte pero tan importante como cualquier otra: como cualquier sustancia, pueden ser beneficiosos, perjudiciales o indiferentes para el organismo humano pero esta calificación no viene ligada, en absoluto, a su naturaleza artificial o natural. La acusación: «natural=inocuo, es falsa en múltiples ocasiones. Como ejemplo, basta citar la naturalísima «Amanita phalloides», seta que ha causado tantas muertes «naturales».

NECESIDAD DE LOS ADITIVOS

Sigamos, siquiera a gran des-pase, la historia de la alimentación. Durante muchísimo tiempo, el hombre se alimentó de lo que encontraba a su alcance: frutos, raíces, caza... Hemos de suponer que, a costa de dolorosas experiencias, aprendió a seleccionar, en lo posible, qué alimentos eran convenientes y qué animales se debían comer (ya saben que «animal salvaje es aquel que no deja que nos lo comamos»). Luego siguieron los primitivos cultivos, siempre determinados por el suelo y el clima, y el pastoreo. Más tarde, cierto comercio entre pueblos vecinos, comercio que cuando el alimento lo permitía (vino, acei-

te) se extendía a pueblos más lejanos. Esto ha durado prácticamente toda la Historia. El descubrimiento de América, permitió conocer la patata, el tomate, el cacao el azúcar, y otros alimentos hasta entonces desconocidos en Europa. De las islas de la Especifica comenzaron a llegar regularmente la mostaza, la pimienta, hasta el momento sólo al alcance de los muy ricos. Todo ello permitió ampliar y mejorar la nutrición, y en el caso de la pimienta, se descubrió que, añadiéndola (si, un aditivo) a la carne, la conservaba más tiempo y, además, le daba un sabor muy satisfactorio.

Pero no ha sido sino muy recientemente cuando se ha producido la auténtica «explosión» en la demanda de alimentos. La formación de grandes concentraciones urbanas fue impidiendo que el individuo cultivara, en parte al menos, sus propios alimentos: se hizo dependiente de un mercado que era abastecido, cada vez desde mayores distancias. Al aumentar el nivel económico, comenzó a buscar mayor variedad y sofisticación en sus alimentos. Por su parte, el campesino, procuró conservar durante todo el año las cosechas más perecederas: no bastaba, ni era rentable, vender los albaricocos en su época: la gente se los pedía todo el año. La industria conservera abrió paso a la poderosa industria alimentaria.

La industria alimentaria investiga para atender la solicitud de alimentos: las mayores voces suenan en los dos extremos. Por una parte está el consumidor de alto nivel de vida que exige cualquier alimento de cualquier origen, en cualquier lugar y época del año: pide fresas en invierno, queso Camembert en el Japón o helado en su safari africano. Por otra parte está el tercer mundo que ruega cualquier cosa que comer, al precio más bajo. Se ha dicho que dentro de pocos años la humanidad se dividirá en dos grandes grupos: los que no pueden comer y los que no pueden dormir... los que no pueden dormir pensando qué harán mañana los que hoy no han comido. Gran parte de la investigación alimentaria está dedicada a resolver o paliar este problema básico. Y no es fácil, porque siempre hay que tener en cuenta los arraigados hábitos alimenticios. Los trabajos del Instituto de Nutrición para Centroamérica y Panamá (INCAP) destinados a proporcionar nuevas fuentes de proteínas, cristalizaron con la puesta a punto de un alimento obtenido de las semillas de algodón, complementado con vitaminas. Este alimento, que recibió el nombre de Incaparina fue ofrecido a los indígenas guatemaltecos del interior cuyos niños sufrían serias carencias nutritivas. El rechazo fue total por parte de los adultos: desconfiaron de un alimento del que extrañaban el aspecto, el olor, el color... y el precio, pues era gratis. A un grupo de bebés a los que, por supuesto, no se les consultó sobre sus preferencias, les suministraron las nuevas proteínas. La paten-

te diferencia en su aspecto que pudieron comprobar las madres en poco tiempo, movió el interés hacia el nuevo alimento que puesto a su disposición a un precio asequible, está mejorando sensiblemente extensas áreas sudamericanas.

La manipulación y procesos de los alimentos industrializados nos presentan muchos y serios problemas. Imagine un ama de casa que la sartén de patatas fritas, tan doraditas, crujientes y sabrosas, que acostumbra a preparar para su familia debe multiplicarla por mil o por diez le piden montañas de patatas fritas pero, ¡eso sí!, que todas sean exactamente iguales a las de la primera sartén.

Dejando aparte los problemas de maquinaria, ¿cómo hacer para que las patatas, ya peladas y cortadas, se conserven blancas mientras esperan para ser introducidas en la superfrigorífica? ¿cómo hacer para acelerar el secado del aceite y que no manche las bolsas donde van acondicionadas? ¿cómo conseguir que todas tengan el mismo tacto al morder? ¿y para que no se reahendocan con el tiempo o tomen sabor a rancio? (le han dicho que las patatas van a estar expuestas en supermercados incluso semanas enteras antes de que el consumidor las compre). Esas o parecidas preguntas se formularía si tuviera que preparar grandes cantidades de helado o de pasteles rellenos o de judías con chorizo. Esas y muchas más cuestiones ha tenido que resolver y seguir resolviendo la industria alimentaria para ofrecernos el más amplio y diverso panorama de alimentos.

La vida moderna lleva a la preparación, cada vez más rápida, de la comida. La falta de tiempo, el trabajo de la mujer fuera del hogar, horarios de comida limitados por reloj, etcétera, piden alimentos instantáneos, de utilización inmediata, precocinados y casi, casi, predigeridos, sin olvidar la variedad de presentación a fin de evitar el cansancio y la inapetencia por monotonía.

La industria alimentaria responde a este reto poniendo a trabajar cantidades crecientes de técnicos una de cuyas misiones fundamentales es estabilizar los alimentos. Estabilizar, es decir, hacer que llegue al consumidor con el máximo valor nutritivo y siempre con las mismas características. Ello exige tener muy en cuenta los procesos que sufrirá durante el tratamiento industrial: el transporte, el almacenaje y exposición (frecuentemente en condiciones brutales), e incluso la preparación culinaria. Que toda esta larga serie de agresiones no afecte a los caracteres organolépticos, higiénicos ni, sobre todo, nutritivos, es misión del técnico, auxiliado por los aditivos.

No es exagerado afirmar que, sin aditivos, deberíamos limitarnos a un 10 por ciento escaso de los alimentos actualmente en mercado. Son un impuesto que hay que aceptar para comer lo que se desea y cuando se desea.

SEGURIDAD DE LOS ADITIVOS

Todos los aditivos, y además es una de sus características, se emplean a dosis pequeñísimas. Sin embargo, la ingestión continuada de sustancias extrañas al organismo humano ha despertado la preocupación de las autoridades sanitarias de todos los países y para ser admitido como aditivo alimentario, el producto ha de superar una serie de ensayos y pruebas toxicológicas muy severas, dado por supuesto de que ha demostrado ampliamente la bondad del efecto que de él se pretende. Los aditivos admitidos están en continua revisión y son automáticamente eliminados si se sospecha de aquellos algún efecto perjudicial o simplemente si aparece otro aditivo que posea mayor margen de seguridad.

No seríamos objetivos si no admitiéramos que algunos aditivos comportan un cierto riesgo de nocividad pero esta posibilidad es totalmente superponible a la de otros muchos productos considerados inocuos... a las dosis habituales. Unas gotas de vinagre en la ensalada, facilitan la digestión, pero tomarse de golpe media botella es otra cosa muy distinta. Aun con los aditivos considerados más peligrosos, la cantidad de alimento que debería ingerirse antes de que la dosis correspondiente de aditivo fuera preocupante no la conseguiría ni Gargantúa. En este sentido, un caso típico fue el lamentable asunto del ciclamato, prohibido por oscuras razones político-económicas; se habían realizado unas experiencias con ratas a las que, según decían, el ciclamato había provocado graves dolencias; pues bien, aplicando a dichas ratas idénticas dosis de bicarbonato, las habrían matado.

Puede darse, en individuos hipersensibles, una reacción alérgica a determinada sustancia, similarmente a la que provoca un antídoto, el polen u otra sustancia pero, esto, son casos muy particulares. Todos los aditivos alimentarios juntos no llegan a provocar ni con mucho, una parte de los efectos perniciosos de algunos componentes habituales en los alimentos (colesterol, oxalatos).

Aun así, y para mayor seguridad, es obligatorio hacer constar en la etiqueta del producto la lista completa de los ingredientes y aditivos. Algún industrial se resista a esta disposición alegando que algunos aditivos no tienen nombre común y que un nombre químico en la etiqueta haría recelar al posible consumidor. Ello no deja de tener su razón pues ¿a quién le apetecería endulzar su taza de café con beta-D-fructofuranosil - alfa - D - glucopiranosil? y, sin embargo, es sim-

plemente el nombre químico del azúcar.

Terminemos, a modo de resumen: Nos guste o no, la alimentación está industrializada y, en la balanza, pesan más las ventajas que los inconvenientes. La industria alimentaria ofrece una ampliada variedad de alimentos que gozan de una garantía nutritiva y, sobre todo higiénica, muy superior a los «frescos del campo» desde el fresco campo, donde ya han sido sometidos a tratamientos sanitarios cuyos residuos nadie se preocupa de eliminar. Han sufrido tantos tratamientos, nuevos transportes y empaques de mercado que ya no pueden compararse a los alimentos procesados inmediatamente y de forma automática tras su recolección). A la industria alimentaria le son, hoy por hoy, al menos, imprescindibles los aditivos pues, de otro modo, es totalmente imposible ofrecer lo que el consumidor exige.

Los aditivos, manejados por manos expertas, son absolutamente seguros. ¿Qué utilizarán con picareasca pueden servir para facilitar fraudes y adulteraciones? Desde luego, pero de ello nunca serán responsables los aditivos, sino quien así los emplea. Los aditivos no son una petola que ya ha nacido con cierta predisposición maligna: los aditivos son un cuchillo cuya utilidad o empleo criminal dependen del que lo empuja.

La elaboración y control de los alimentos debe estar en manos de técnicos responsables: diría que la industria farmacéutica, con la exigencia y minuciosidad que la caracteriza, debe ser superada por la exigencia de la industria alimentaria. Al fin y al cabo, el medicamento, siempre, y como dice la rúbrica, «debe ser mantenido». Con las cosas de comer, no se juega.

ROBERTO XALABARDER

Técnico
bromatólogo

Grupo Profesional
Industrias Alimentarias de la Asociación Químicos I.O.S.

Comité
Alimentaria-76

LA PROBLEMÁTICA DE LOS MATADEROS VISTA POR DON ISIDRO ROCA, INGENIERO AGRÓNOMO

En cuanto a la actualidad de los mataderos, entrevistamos a don Isidro Roca Miralpeix, ingeniero agrónomo, en ejercicio libre de la profesión especializada en Barcelona, que amablemente se ha brindado a contestar a nuestras preguntas referentes a la problemática de los mataderos y en general de industrias cárnicas, entre una de las muchas facetas que es conocedor dentro de este mundo de la alimentación.

—¿Cuál es la situación actual de los mataderos?

—En la actualidad existen en España dos tipos de mataderos. Los municipales y los particulares que todos son frigoríficos. En cuanto a los municipales algunos de ellos son frigoríficos, aunque la verdad es que no se han convertido en frigoríficos todos los mataderos municipales, que creemos, debían convertirse.

Cada uno de ellos ha representado una etapa en la vida de la nación, los municipales cumplieron un cometido a partir de su creación, hasta el día de la fecha, en el que han sufrido un desfase; de acuerdo con la nueva tecnología de la carne.

Los frigoríficos han marcado una nueva etapa en estos «fábricas de carne» que son actualmente los mataderos, señalando los caminos que las nuevas técnicas nos marcan y a los cuales no podemos sustraernos.

—¿Se impone la modernización del matadero municipal?

—Indiscutiblemente, es una necesidad, aunque para ello, muchos de los actuales deban desaparecer, ya que no es posible mirar al matadero, como se enfocó cuando se crearon, como hemos dicho nuevas rutas y caminos se han marcado actualmente para estos establecimientos, lo cual hace que muchos de los actuales deban desaparecer ya que su modernización los haría no rentables.

—Así pues, el factor económico ¿es necesario en el matadero?

—Yo diría que imprescindible, actualmente toda inversión, bien sea pública como privada, debe estar presidida por un criterio de rentabilidad. Aunque en el primer caso no hay que olvidar la función social de estos mataderos.

—¿De qué modo puede incidir el matadero frigorífico en la vida nacional?

—En dos vertientes, en primer lugar regulando una producción que debe sacrificarse al llegar a su estado óptimo de producción, y en segundo lugar asegurando un abastecimiento, mediante los frigoríficos.

—¿Cuáles son, a su criterio, las orientaciones para la construcción del matadero?

—Las que marca la legislación vigente, en ella están perfectamente detalladas todas las necesidades en cuanto a construcción, plantamiento y equipo del matadero, las necesidades de acuerdo con la matanza que se prevé y la instalación del frigorífico que sea suficiente para esta matanza y capacidad de producción.

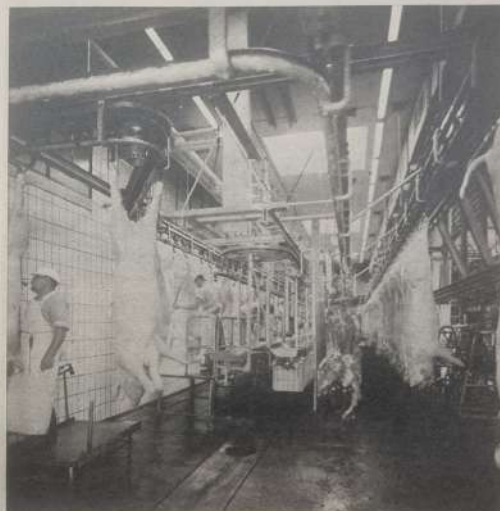
—Nos puede decir ¿cuál es el umbral de rentabilidad de un matadero frigorífico?

—Es una pregunta difícil de contestar y compleja en su forma y en su fondo, ya que por un lado debemos considerar la capacidad de producción del mismo, así como las inversiones realizadas, pues la armonización entre unas y otras nos pueden convertir en realidad este umbral.

Como ingeniero debo buscar en el establecimiento la funcionalidad del mismo, esto en cuanto a su forma, en cuanto a su fondo debemos de considerar el valor añadido que se le puede dar al matadero, el cual nos permite una mayor potenciación de la inversión, para un menor coste de la producción.

—En términos generales, en números, ¿cuándo se consigue este umbral?

—Estudios sancionados por la práctica



demuestran que este umbral se consigue con una producción de 4.000 a 6.000 toneladas de carne-año, según circunstancias.

Quiero señalar que aparte del tema de la rentabilidad para el matadero, se deben considerar dos aspectos.

—El estratégico, una inversión necesaria para un fin rural.

—El estabón necesario en toda integración agropecuaria con la cual se potencian otras fases tales como fábricas de pienso, granjas, salas de desguace, fábricas de embutidos, etc.

UNA NECESIDAD E INNOVACION EN LOS ACTUALES MATADEROS, ES EL FRIGORIFICO

EL MATADERO Situación actual

Desde que la ley de 1903 declaraba obligatorio para los ayuntamientos la instalación de los mataderos municipales, hasta el día de hoy, mucha agua ha corrido bajo los puentes, y día a día se han ido creando nuevas necesidades, tanto sanitarias como económicas.

En aquellos entonces, y aún ahora, la Administración debe poner al servicio del público una serie de servicios, que son necesarios para el normal desempeño de las diversas actividades ciudadanas. En cuanto al abastecimiento de carnes, quedó todo reflejado y dispuesto en la legislación, que como se ha dicho, ha cumplido y aún cumple su cometido. Si la legislación cumplió su cometido a la perfección, otro tanto sucedió con el establecimiento matadero, que como se ha dicho, ha cumplido y aún cumple su cometido. Si la legislación cumplió su cometido a la perfección, otro tanto sucedió con el establecimiento matadero, que como se ha dicho, ha cumplido y aún cumple su cometido. Si la legislación cumplió su cometido a la perfección, otro tanto sucedió con el establecimiento matadero, que como se ha dicho, ha cumplido y aún cumple su cometido.

PLANTEAMIENTO ACTUAL

Los son las bases sobre las que debe descansar el moderno matadero, bien sea municipal, estatal o privado. Por un lado debe considerarse como una empresa de la cual se espera una rentabilidad, que en caso de los mataderos municipales, esta rentabilidad debe quedar circunscrita como dice la misma Ley de Administración, a la inversión que el municipio haya dedicado, en el caso de los privados, es la empresa quien según su inversión debe determinar de acuerdo con el régimen de sociedad sus beneficios, y por otro lado, es el aspecto sanitario del matadero, que imprime a éste una nueva vertiente completamente diferente de los actuales, ya que consideramos que se hace sanidad en un matadero, cuando se obtiene en él una carne sana, pero en la cual el aprovechamiento sea al máximo, con lo que llegamos a la conclusión de que la faceta sanitaria del matadero, ya muy unida a la económica. No basta el obtener unas canales higiénicas, deben estas canales aprovecharse al máximo y al decir esto nos referimos a que en los actuales mataderos deben potenciarse, no ya el «quinto cuarto» como hasta ahora, sino al límite de sus posibilidades, ya que es este «quinto cuarto» el que da una rentabilidad extraordinaria a las operaciones del matadero.

Una necesidad e innovación en los actuales mataderos, es el frigorífico, pieza necesaria e imprescindible en los actuales mataderos, sin el cual no se concibe un matadero en la actualidad. Su instalación permite el plantamiento de unos sacrificios, ante un abastecimiento determinado, plantamiento de sacrificios de acuerdo con una producción ya cebada y apta para dar al máximo su rendimiento y que no puede esperar, ni los precios de mercado para ser los más óptimos, ni la petición de un abastecimiento, es pues como vemos el frigorífico quien nos puede regular en la economía nacional, tanto una producción para obtener la máxima rentabilidad, y no dar lugar a oscilaciones máximas del mercado de la carne, como la seguridad de un abastecimiento, desligado completamente de las oscilaciones de los precios del mercado.

SITUACION FUTURA

La marcha futura de los mataderos, la entendemos con una potenciación de los actuales mataderos municipales, convirtiéndolos en frigoríficos, sin entrar en detalle en cuanto a su número y a su ubicación, entendemos que de acuerdo con el criterio nacional de necesidad, y ante producción, demanda, etc., debe ser la Administración quien debe señalar cuántos y en qué lugares deben instalarse los nuevos Mataderos Municipales Frigoríficos, al lado de ellos, los mataderos frigoríficos privados, cumplen actualmente un función y deben continuar en su cometido, sin que se produzcan interferencias entre uno y otro



pues las esferas de su actuación, las vemos bien claras, no debiendo mezclarse los intereses particulares con los nacionales.

En cuanto a sus instalaciones y equipos, el decreto de su creación los delimita en todos sus detalles, señalando, tanto las instalaciones de recepción, sacrificio y almacenamiento, como todas las dependencias de la estructura sanitaria del establecimiento, cumpliendo cuanto señala la legislación y dejando aparte las florituras arquitectónicas, más propias de un edificio suntuoso o residencial, la construcción de los mataderos debe adaptarse a su principal cometido de un establecimiento sanitario, capaz de producir carne sana y en las más ventajosas condiciones económicas.



*Firma en el libro de Honor de Pedro Castro Carrero
Presidente de la Agrupación Nacional de Panaderos*



El señor Giovanni Cirilli, en el momento de estampar su firma en el Libro de Honor de «Alimentaria-76», en presencia del presidente de la FOIM, señor Riba Ortinez.



Masiva asistencia de panaderos a la conferencia impartida por el Dr Hausmann



Francesc de A. Baixas firma en el Libro de Honor como Presidente del Gremi de Pastisseria de Barcelona

alimentaria 76



PRIMERA APARICION PUBLICA DE LA «ESCUELA DE PASTELERIA-CONFITERIA DE BARCELONA»

Un extraordinario interés ha despertado, entre los profesionales del Dulce y demás visitantes del «Salón Internacional de la Alimentación» de Barcelona, el magnífico y amplio stand que montó en el certamen la «Escuela de Pastelería y Confitería de Barcelona», el cual albergaba en sus instalaciones un obrador-escuela y un aula para clases teóricas y prácticas.

Durante todos los días de duración del Salón, el citado stand funcionó continuamente —con la colaboración del profesorado de aquel Centro docente y asistencia de los alumnos del presente Curso— efectuándose en él y a la vista de los visitantes una serie de interesantes demostraciones para el público, que de forma perenne congregaron gran número de espectadores frente a sus instalaciones.

Con la colaboración permanente del Director de Estudios de la Escuela —Sr. Rodrigo— se han realizado, con extraordinario éxito, cinco Demostraciones Prácticas —a las que más interesante— todas ellas a cargo de renombrados Maestros del arte del Dulce.

Las citadas sesiones, en el orden cronológico en que se han celebrado, fueron las siguientes:

Lunes 22: TRABAJOS DE COBERTURA. — A cargo del Maestro D. Miguel Comas Figueras, de Badalona (Barcelona).

Martes 23: LABORES DE CHOCOLATE. — A cargo del Maestro D. Jaime Sábat Aumassqué, de S. Cugat del Vallés (Barcelona).

Miércoles 24: FIGURAS DE MAZAPAN. — A cargo del Maestro D. Alberto Gironés Costa, de San Feliu de Guíxols (Gerona).

Jueves 25: CENTROS Y TARTAS. — A cargo del Maestro D. José Balcels, de Barcelona.

Viernes 26: LABORES ARTISTICAS DE CARAMELO. — A cargo del Maestro D. Juan Mas, de Barcelona.

De la categoría de los profesores y de los trabajos realizados, así como también del interés profesional con que estas clases fueron seguidas por propios y extraños, da buena idea el reportaje gráfico con que ilustramos estas líneas.

Nos place felicitar desde aquí a los directivos de la nueva «Escuela de Pastelería» barcelonesa, por la feliz iniciativa de esta importante manifestación pública, cuyo resultado futuro no puede ser otro que el de una benéfica campaña promocional en la difusión de esta bella profesión del Dulce, orientando hacia sus filas a esa juventud en la que tiene que apoyarse la supervivencia de la artesanía Confitero-Pastelera.

¡Nuestra más sincera enhorabuena!

Reportaje gráfico de las sesiones



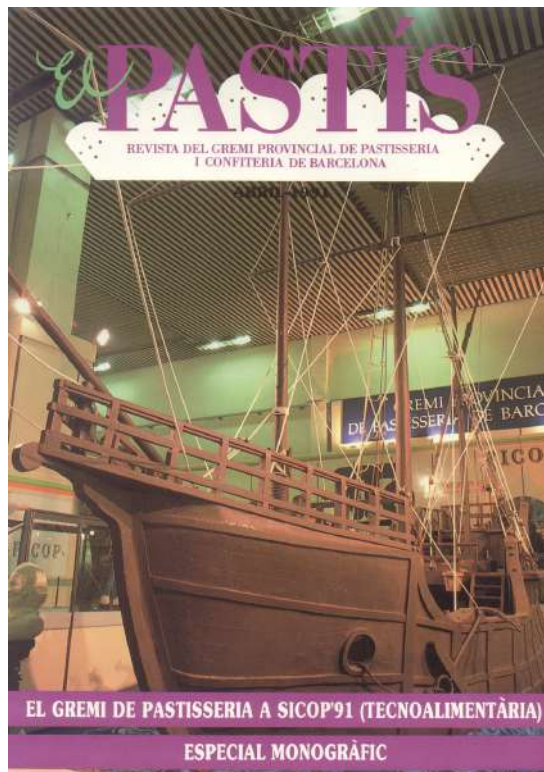
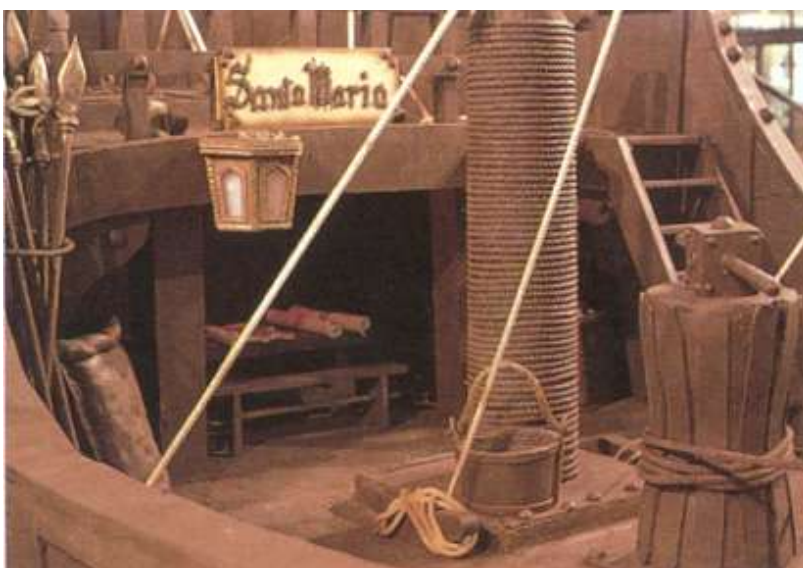
Calvo Sotelo y Francisco de A. Baixas recorriendo la Exposición de Pastelería



D'esquerra a dreta: Josep Cardona, Josep Balcells, Andreu Parellada i Isidre Ortiz
autors de la Santa Maria.



Diferents detalls de la Caravel·la de xocolata



CARAVEL·LA SANTA MARIA



Lo que hacía funcionar la feria sin verse

Se registran aquí secuencias relacionadas con la ejecución de todo certamen comercial, al menos en los 70 u 80 puesto que ya en la segunda década del siglo XXI casi todo se ha mejorado, aunque persiste el no valorar suficientemente el valor aportado por las entidades, empresas y profesionales en torno a los servicios feriales.

Comenzaríamos por la necesidad de un recinto ferial en condiciones, en los años 70 no lo era, lo que no sucede ahora que, ¡además no hay uno si dos!, para continuar con la labor callada pero corpórea de los decoradores e instaladores de stands y soportes de comunicación ferial, donde una empresa familiar como la actual Servis Group es un referente.

Qué decir de las personas responsables de que todo funcione en los stands donde siempre habrá un responsable de la empresa, capaz de conectar con la organización ferial, para hacer de la carpeta de servicios su *roadmap*, fajarse con decoradores y agencias de publicidad, reclutar de las empresas de *hostess* el personal más idóneo o supervisar un plan de RRPP que irá más allá de los horarios de feria. Hemos elegido como referente a uno de ellos: José M^a Almarcha que durante muchas ediciones, ya desde 1976, cumplió ese cometido en el pabellón de Nutrexpa.

Qué cambios en materia de viajes y alojamientos. De maximizar la oferta hotelera en la ciudad y su periferia hasta reclamar “camas en los hogares” para alojar miles de visitantes agobiados por el “completo” en una inicial baja capacidad hotelera.

Servicios feriales capaces después de mimetizarse con situaciones extramuros donde un certamen como ALIMENTARIA es capaz de conectar con el gran público para comunicar mensajes de honda repercusión social, tales como pudieron ser la garantía de la calidad de las conservas españolas cuando la crisis de la colza o la importante función de aprovisionamiento de alimentos frescos en la ciudad a través de mercados municipales como La Boquería en las Ramblas barcelonesas.



Fira de Montjuïc



Imagen satélite de la Fira 2, Gran Via



Estands de empresas expositoras en ALIMENTARIA montados por Servi Group. Damm en el interior de palacio y Leche Pascual en el exterior, en Avenida Maria Cristina



IMPACTO DE NUTREXPA EN ALIMENTARIA-76

La "band" de Nutrexpa ha sido en el Certamen una de las mayores atracciones, como fue del resto, en nota en la fotografía, a una fila de notables del sector, encabezada por el conde Almuñedo rosell, propiciaron además típicos regalos representativos, mentalidad de desear a la nutrexpista Enrique Kerfán. Molar ilustra el mayor prestigio de los innovadores alimentarios de Nutrexpa' capo

Algunas firmas que participan en Alimentaria'88 hacen demostraciones de sus productos

Dificultades para alojar a los visitantes de fuera de Barcelona

Alimentaria'88 se consolida como salón de carácter exclusivamente profesional

Alimentaria'88 abrió ayer sus puertas al público en el recinto ferial de Barcelona. La tendencia de los últimos años de convertirse en un salón de carácter profesional se ha acentuado en esta ocasión al duplicar el precio de las entradas de venta directa al público. El certamen, que se espera sea visitado por medio millón de personas, se clausurará el nueve de marzo.

El certamen Alimentaria de la Feria de Barcelona quiere consolidarse como un salón de carácter profesional, para lo cual se ha establecido una "barrera psicológica" consistente en la venta de entradas a dos mil pesetas, mientras que esta cifra ascendía en las últimas ediciones a mil pesetas. Un portavoz del certamen explicó a «La Vanguardia» que esta limitación se compensa con la distribución de entradas a empresas detallistas y de distribución por parte de los propietarios de los stands, de forma que se espera una asistencia en torno al medio millón de personas.

El salón Alimentaria'88 abrió ayer sus puertas a los visitantes en el recinto ferial de Barcelona sin la asistencia de ninguna autoridad oficial. Fuentes de la Feria de Barcelona explican que esta situación se ha producido debido a las discrepancias existentes entre los organizadores sobre la persona en que debía presidir el acto, y en concreto si debía tratarse de un representante del Ayuntamiento de

Poder de convocatoria

El carácter estrictamente profesional del salón se puede apreciar en una breve visita a cualquiera de las diez áreas de exposición que configuran la muestra. Muchos ejecutivos y representantes de empresas, carteras en ristre,

y pocos curiosos, con la salvedad de algunas escuelas y de los invitados de las firmas que han instalado sus pabellones en el recinto ferial. No hace falta que nadie diga que es uno de los principales certámenes que se organizan en Barcelona, porque la imposibilidad de aparcar el automóvil ya es suficiente indicativo de su poder de convocatoria.

La degustación de todo tipo de productos, ya tradicional en este tipo de ferias, se mantiene en Alimentaria'88, pero sin llegar a convertirse en el acontecimiento estrella. Los asuntos importantes, la concertación de pedidos, los contactos entre empresas se realizan en los pequeños despachos de que dispone cualquier pabellón. Algunos de estos estándares son un auténtico prodigio de imaginación y de medios. Una importante firma de crías ha montado un salón restaurante que podría encontrarse perfectamente en Viena o cualquier capital centro-europea.

Otras firmas han optado por recrear un pueblo andaluz o unas caves champagne. Otros pabellones se esfuerzan por atraer a los visitantes con demostraciones en vivo y en directo o con la presencia de atractivas azafatas, un gancho siempre efectivo. Es lógico, no resulta nada barato montar un pabellón y hay que sacar la máxima rentabilidad posible. El negocio es el negocio.



Jose Maria Almarcha fue el responsable del stand de Nutrexpa desde la edición de 1976 y muchas más de las sucesivas

alimentaria 78

salón internacional de la alimentación

barcelona 8-14 abril 1978

Departamento de Viajes G. A. T. 1.—Avda. María Cristina, s/n.
Tels. 243 95 32 y 223 31 01 - Ext. 275 - BARCELONA-4.

CIUDAD DE ORIGEN	PRECIOS POR PERSONA COMPARTIENDO HABITACION							
	VISITANTES COMERCIALES (Compradores)				HOTELEROS			
	LUGAR**** Príncipe Sofía Diplomático		***** Residencia Av. Patric-Sancti		*****SUPERIOR Catalan-Maria Ritz-Majestic-Codon		***** Direct-Condor Regencia-Balmoral, etc	
	Incl. Avión	Sin Avión	Incl. Avión	Sin Avión	Incl. Avión	Sin Avión	Incl. Avión	Sin Avión
ALICANTE	19.080		16.950		15.230		13.500	
ALMERIA	21.080		18.320		17.240		15.510	
ASTURIAS	22.190		20.070		18.340		16.620	
BILBAO	19.360		17.840		16.120		14.350	
GRANADA	21.660		19.340		17.810		16.090	
IBIZA	17.820		15.700		13.970		12.250	
JEREZ	23.630		21.310		18.790		16.060	
LAS PALMAS*	25.950		23.830		22.110		20.380	
MADRID	20.150		18.020		16.290		14.560	
MALAGA	22.750		20.370		18.590		17.250	
MAHON	17.470		15.260		13.530		11.800	
MURCIA	19.560	14.290	17.440	12.170	15.720	10.450	13.990	8.720
PALMA MALLORCA	17.230		15.120		13.390		11.660	
PAMPLONA	18.530		16.510		14.790		13.060	
SAN SEBASTIAN	19.950		17.840		16.110		14.380	
S. CRUZ TENERIFE*	25.950		23.830		22.110		20.380	
SANTANDER	20.500		18.380		16.660		14.930	
SANTIAGO COMPOS.	24.080		21.860		20.230		18.510	
SEVILLA	23.100		20.980		19.260		17.530	
VALENCIA	18.070		15.950		14.230		12.500	
VALLADOLID	21.370		19.250		17.520		15.800	
ZARAGOZA	18.060		15.950		14.220		12.490	
Suplemento habitación individual	6.300		5.200		4.200		3.000	

* Precio basado en tarifa especial para residentes en Canarias.

BOLETIN DE INSCRIPCION

D. _____
Empresa a la que pertenece _____ Población _____ Teléfono _____
Dirección _____
Viajaré acompañado de 1 _____ (otro nombre)
2 _____
3 _____
desea inscribirse al programa de viaje - según se indica (rogamos marcar con una X el de su elección)
PROGRAMA EXPOSITOR 7 AL 15 ABRIL ☐
PROGRAMA VISITANTE COMERCIAL A-1 7 AL 11 ABRIL ☐
A-2 11 AL 15 ABRIL ☐
CIUDAD DE SALIDA _____
SISTEMA DE VIAJE SOLICITADO: AVION ☐ SOLO SERVICIOS TERRESTRES ☐
CATEGORIA DE HOTEL: _____ TIPO HABITACION _____ Doble ☐
Individual ☐
ADJUNTA TALON BARRADO AL PORTADOR POR PTAS. _____
IMPORTE TOTAL DEL VIAJE PARA _____ PERSONAS FIRMA _____

REMITIR A ALIMENTARIA - Depto. de Viajes - G. A. T. 1
Avda. María Cristina s/n.
BARCELONA-4

Llamada de Alimentaria-80

Dada la gran demanda de habitaciones que ha supuesto Alimentaria-80, ha traído como consecuencia la ocupación de prácticamente todas las habitaciones de los hoteles de 5, 4, 3, 2 y 1 estrellas de Barcelona y alrededores, la organización del Salón agradecerá a todos aquellos establecimientos hoteleros y casas particulares que dispongan de alguna habitación libre del 8 al 14 de marzo, lo pongan en conocimiento del Centro de Iniciativa Turística de Barcelona (CIT), que se ha brindado para canalizar esta información.

Dirigirse a:

Centro de Iniciativas Turísticas
Teléfono 223-31-01, extensión 233
De 9 a 13.30 y de 18 a 19 horas

8 Jueves, 10 de diciembre de 1981

EVENTOS

EL NOTICIERO UNIVERSAL

El certamen se celebrará la próxima primavera

La Boquería fue una fiesta para presentar 'Alimentaria'

«Tenemos que hacer un esfuerzo por superar la psicosis en torno a la alimentación, pues si nos dejamos llevar por el pánico podemos hacer un mal a toda la industria de este ramo», señaló el presidente Pujol en el acto de presentación de Alimentaria-82 que tuvo lugar en el mercado de la Boquería. A este acto asistieron, además del presidente de la Generalitat, el alcalde de Barcelona, Narcís Serra; el presidente del Parlament, Heribert Barrera, y otras autoridades, además de los directivos del certamen de la alimentación, que se celebrará en el marco de la Feria de Barcelona, en la próxima primavera.

El acto consistió en una ingenua exposición de productos naturales en vivo, realizada por los trabajadores del propio mercado. Se exhibía con una presentación esmerada toda clase de pescado, carnes, frutas, verduras... En fin, los productos típicos de un mercado.

El conocido gastrónomo y periodista Néstor Luján pronunció una conferencia, cuyo título fue «Els mercats de Barcelona, la seva història i la seva actualitat», en la que manifestó que «Barcelona es la ciudad que tiene mejores mercados municipales de toda Europa, que junto con los comerciantes, crean riqueza...»

Acto multitudinario

La gente se arremolinaba en los pasillos de la Boquería

Los vendedores del mercado demostraban curiosidad por identificar a todos los «personajes importantes que han venido hoy aquí».

El presidente de Alimentaria-82, Federico Riera Marsá, puso de relieve en su parlamento que «es ésta la segunda feria del mundo de la alimentación; este año participan más de 30 países extranjeros y ocupamos todos los palacios de la Feria Oficial de Muestras».

Por su parte, el alcalde de

la ciudad y presidente de la Feria de Barcelona, Narcís Serra, expresó su satisfacción «y el agradecimiento de la ciudad por este certamen, que demuestra que en Barcelona hay «empena» y espíritu de colaboración entre los empresarios, los comerciantes y los vendedores del mercado».

Opipara cena

Los invitados, que apiadieron



Narcís Serra, acompañado de Lluís Reverter para revista al «petx de la Boquería»

ron con energía a todos los que dirigieran la palabra, se dispusieron tras los parlamentos a disfrutar de su merienda-cena. La misma estaba forma-

da por los platos más representativos de la cocina catalana, realizada por los siguientes restaurantes: «La Estancia Vieja» (trinxat de carne), «Hotel Bob» (trinxat de Cerdanya amb rosta), «El Riu», de Tarragona (fratxa de pescado) y «Els Tiarers», de Llagostera (escudella i carn d'olla). Se sirvió asimismo el vino nuevo de algunas de las bodegas de Catalunya, todo ello bajo la dirección de José María Gotardá.

Participaron también el Gremi Provincial de Pastisseria y Confiteria, el Gremio de Fabricantes y Expendedores de Pan, la Federación Catalana de Industrias Cárnicas y las floristas de las Ramblas.

Alimentaria-82, certamen cuya organización delegada tiene a su cargo Prosema, tendrá lugar en el recinto ferial de Montjuïc del 6 al 12 de marzo próximo.

para escuchar las palabras de las distintas personalidades invitadas al acto. Muchos demostraban su impaciencia y olfateaba el aroma de los gui-



Los camareros de los diferentes restaurantes presentan el menú



Jordi Pujol, estuvo en la Boquería y participó de la fiesta. En la foto, junto a Federico Riera Marsá, Lorenzo Gascón y Enrique Nomen

En la presentación de «Alimentaria-82», celebrada en Madrid

La industria conservera recibe el apoyo del Gobierno y partidos

CARLOS SANTOS

Madrid. — Una amplia representación del nuevo Gobierno y de todos los partidos estatales se reunió ayer en un acto de solidaridad con la industria conservera, que atraviesa una grave crisis desde la aparición del síndrome tóxico. La manifestación solidaria surgió en torno a la presentación en Madrid de «Alimentaria-82», Salón Internacional de Alimentación que se celebrará en Barcelona el próximo mes de marzo.

Juan Antonio García Díez, nuevo vicepresidente de Asuntos Económicos, encabezó la representación gubernamental, que abarcaba todos los sectores de alguna manera relacionados con la crisis conservera: Manuel Núñez (ministro de Sanidad y Consumo), Luis Ortiz (Obras Públicas), José Luis Álvarez (Pesca, Agricultura y Alimentación), Pérez Llorca (Asuntos Exteriores) y Rodríguez Incláre (Presidencia).

Al acto asistieron importantes líderes políticos (Felipe González, Santiago Carrillo, Miguel Roca y Rojas Marcos) e importantes personalidades: Rafael Escudero, presidente de la Junta de Andalucía, Car-

los Ferrer Salat, presidente de la COE, Rafael Termes, presidente de la AEB, Marcelino Camacho, secretario general de CC.OO., y Carlos Robles Piquer, director general de RTVE, etcétera.

Todos ellos hicieron manifestaciones de apoyo al sector conservero y participaron en una degustación de productos en conserva: mejillones, atún, sardinas, navajas, etcétera. Los productos seleccionados forman parte de esa larga serie de conservas pesqueras que hoy está teniendo una difícil salida en el mercado nacional e internacional.

«Acabar con el síndrome del tóxico»

Antonio de Senillosa, diputado por Barcelona de CD, presentó el acto, del que dijo que «sólo es conservador porque quiere a comer conservas». Néstor Luján, historiador y gastrónomo, hizo una larga historia de la conserva española. José María de Arellano, presidente de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, planteó la necesidad de acabar con el «síndrome del tóxico» y exigió un castigo para los culpables: «Porque haya unos irresponsables, unos



Felipe González, secretario general del PSOE, degustando unos pinchos de conservas de pescado

hombres sin escrúpulos, aventureros de la industria, que han acudido al envenenamiento del aceite con el único fin de enriquecerse, no debemos permitir que se vea perjudicado el sector conservero del pescado. Debemos, además, pedir un castigo ejemplar para los culpables».

El presidente de «Alimentaria-82», Federico Riera Marsá, agradeció la presencia solidaria de los re-

presentantes políticos y de otros sectores y lamentó la situación actual: «Poco a poco van volviendo las aguas a sus cauces y se va demostrando que la industria de la alimentación, que desde hace muchos años trabaja en plena legalidad y está sometida a todos los controles necesarios, no es responsable de estos actos. Pero esas aguas desbordadas han dejado unas secuelas que es preciso reparar».

ABC MADRID 04-12-1981 página 100



Pascual y Martínez Arce.



Santiago Carmona.



Miguel Ángel Pardo.

TODOS A COMER CONSERVAS ESPAÑOLAS



Felipe González.



Antonio de Senillosa.



José María de Arellano.



Manuel Núñez.



Luis Ortiz.



Juan Antonio García Díez.



La primera task-force de ALIMENTARIA (1975-1976)

Manuel Altolaguirre – Anne-Marie Aznares – Inma Bonvehí – Mario Cañizal – Mary Carmen Cervantes – Miguel Escobar – María Dolores Guinovart – Emilio Lapuerta – José Luis Latorre – Blanca Lozano – Constantino Martín Iglesias – Rosa Maria Prats – Carlos Redondo – Villi Rincón – Teresa Rubio – Dorothy Susskand – Pedro Torrell, sin olvidar a los jefes de palacio y un insustituible Sr Lluch de protocolo



Mario Cañizal, el autor

Más de 50 cincuenta años, trabajando de forma permanente e intensa en el sector alimentario, tras cursar estudios en las facultades de Económicas y Derecho de la UB, y un postgrado en Cornell NY, están teniendo como colofón dejar sentadas las bases de cómo la memoria histórica del sector de la alimentación, ha de impregnar la cotidiana labor de las empresas que conforman su ecosistema.

Medio siglo que tiene en 1992 su punto de inflexión. Hasta esa fecha, estuvo cimentando nuevas estructuras en el food retail con el apoyo del IRESCO: desde implantar un lineal y practicar *merchandising*, en las bisoñas cadenas de supermercados, a posicionar ALIMENTARIA, entre las tres ferias más grandes del mundo; fomentando desde ella, las relaciones comerciales entre España, Latam y Oriente Medio, a través de proyectos de cooperación agroindustrial apoyados por el Gobierno de España (éste y el de Venezuela, le galardonarían por su trabajo), dirigiendo misiones comerciales de exportadores españoles o realizando estudios sobre *joint-ventures* para Onudi o la FAO.

Labor que corrió pareja a iniciativas en el mercado español, como la creación de AECOC (fue su primer Secretario General), del primer despacho (JMT) de M&A, o aportando su conocimiento a la gestión de asociaciones de fabricantes marquisitas (Grupo Bonmacor), en especial relacionadas con el sector que, actualmente, se denomina *bakery-café*.

La ausencia de alianzas estratégicas entre los proveedores de alimentación y la neo-restauración, incipiente en aquellos momentos, con motivo de los cambios en los hábitos de consumo, del hogar a fuera del hogar y la respuesta a ofrecer a la celebración de eventos, como los JJOO de Barcelona y la Expo de Sevilla propició que, junto a otros reconocidos profesionales, creara la sociedad CATERDATA que, con sus publicaciones, estudios y eventos, le permitió conocer en profundidad las raíces del cambio de la hostelería tradicional hacia la restauración moderna.

Tarea que desarrolló contribuyendo a crear soportes de acciones colectivas, tales como ANTA para el fomento del uso de nuevas tecnologías de producción (*cook chill* y *sous vide*) o gamas de producto (IV y V) ; SANDWICHFORUM para la introducción del bocadillo como plato principal en los menús; el GRECO, para coordinar las estrategias de las divisiones de food service de fabricantes marquisitas o la creación de la asociación de cadenas de restaurantes, la actual MARCAS DE RESTAURACION, siendo su primer gerente, sin menoscabo de colaborar estrechamente, en materia de alimentación colectiva, con FEADRS (FOODSERVICE ESPAÑA) y la propia patronal del sector, hoy, HOSTELERIA DE ESPAÑA.

Tal cúmulo de conocimientos y experiencias, las ha querido verter al sector, a través de sus servicios de consultoría y de escribir tres libros sobre food service y varios *e-book* cuya temática coincide con su desempeño profesional en el ámbito relatado, dictar conferencias y charlas en escuelas de negocios como el INSTITUTO DE EMPRESA, el INSTITUTO SAN TELMO o ESADE, facultades gastronómicas como el BASQUE CULINARY CENTER o el CETT y ser editor y redactor de revistas profesionales españolas (en su primera etapa escribió, y mucho, en ARAL y DISTRIBUCION ACTUALIDAD) tales como CATERNEWS, RRR y RESTAURACION NEWS, la francesa NEORESTAURATION MAGAZINE, o la alemana FOOD SERVICE EUROPE.

En los años, 2016-2020, con el apoyo del Ajuntament de Barcelona, asumió, el reto de materializar su inacabado proyecto: instaurar la sostenibilidad en los restaurantes. Para ello, desarrolló un proyecto que constará de, desde reuniones internacionales a módulos formativos, pasando por estudios para su implantación y la creación de una red de asociaciones de restaurantes sostenibles, cuya actividad dará lugar a la creación de la FUNDACION RESTAURANTES SOSTENIBLES.

Entre 2021 y 2024 su labor profesional obtendrá el reconocimiento de entidades tales como MARCAS DE RESTAURACION, FUNDACION DIETA MEDITERRANEA, FOOD SERVICE INSTITUTE o ALIMENTARIA (con un Hostelco-Awards), a través de premios y galardones.

En la actualidad ha acabado su labor de recopilar su actividad profesional, desde 1975, a través de trabajos monográficos y tras editar, dos *e-book* titulados “La Restauración Colectiva también existe” y otros dos sobre “*A recent history about the Food Service in Europe (1998-2022)*” ha completado la colección con el titulado “ALIMENTARIA76: El Big Bang del ecosistema alimentario” donde esboza las principales líneas de trabajo de la etapa inicial de su carrera profesional, con especial referencia a su etapa en la feria ALIMENTARIA, durante las ediciones de 1976 y 1978 y desde donde contribuyó a poner algunos de los pilares que sustentan el sector alimentario en la actualidad.

Trabajos, los relatados, y los anteriores *e-books* publicados, que ha querido unificar bajo un único titular: DE LA IDEA AL LEGADO; pues ha querido compartir con los profesionales que trabajan en el ecosistema alimentario, toda su actividad y conocimiento, ofreciéndolos, a quienes les interesen, para trabajos de docencia o investigación.

Agradecimientos

Este trabajo no hubiera podido realizarse sin el apoyo y colaboración de, además de los firmantes de los artículos de opinión, instituciones, empresas y profesionales tales como los que a continuación de relacionan:

Biblioteca Nacional de España

Arxiu Historic de la Ciutat de Barcelona

Arxiu de Fira de Barcelona

Biblioteca del Foment del Treball Nacional

Hemeroteca de La Vanguardia

Editorial Publitec de Argentina

Gremi de Pastisseria de Barcelona

Revista Aral

Revista Distribución Actualidad

Revista La Semana Vitivinícola

Foodstory.es

Amando Andradas

Daniel Parra

Fundacion Triptolemus

Publicaciones sobre el sector de Food Service de Mario Cañizal

1996



AGOTADO

2000



AGOTADO

2005



AGOTADO

2022



2024



2024



2024



2025



2025



2025



2026



Disponibles de forma gratuita previa solicitud, enviando un e-mail a:

news@foodstory.es