



La XII edición se celebrará el próximo 26 de junio en Madrid

Seminario de Aperitivos: el "meeting point" del sector

Desde su puesta en marcha en 1991, este encuentro organizado por AFAP y *Dulces Noticias* ha ido evolucionando a la vez que lo hacía el mercado de aperitivos, recogiendo los asuntos de actualidad del momento

El 15 de octubre de 1991 tuvo lugar la primera edición del Seminario de Aperitivos organizado por la Asociación Nacional de estos productos. En aquel primer encuentro, Ángel Guash de PepsiCo presidente de esta organización, reconoció "ser conscientes de que el sector debe plantearse una agenda de trabajo que procure su debido preparación ante el advenimiento del Mercado Único Europeo".

Aquella fecha marcó el punto de partida de lo que hoy se ha convertido en una cita obligada para los distintos operadores de este mercado, desde fabricantes a distribuidores, consagrada como el principal foro de intercambio de ideas del sector de aperitivos.

Como quedó demostrado en la primera edición, en la que el objetivo de la puesta en marcha del Seminario de Aperitivos era el de crear un punto de encuentro para los profesionales del sector, este encuentro bienal siempre ha sabido poner su foco en los asuntos de actualidad que más han afectado al mercado de aperitivos.



Con el Mercado Único Europeo en el horizonte

De esta manera, en 1991, las ponencias se centraron en el desarrollo de la industria de snack europea ante la inminente llegada del Mercado Único Europeo, con el nacimiento y constitución de la Unión Europea en 1992.

Los nuevos desarrollos de la industria

Durante la II edición del Seminario de Aperitivos, se produjo uno de los momentos más importantes de la historia de este encuentro, con la presentación de *La Guía del Aperitivo*. Un documento que servía para cubrir un importante hueco informativo en sus casi 200 páginas, en las que se recogía la situación y las perspectivas del sector. Además, los nuevos desarrollos en el mercado de aperitivos, como el empleo del aceite de girasol, los procesos de las frituras de snacks o la aromatización, y las directivas europeas presentes y futuras, centraron las ponencias de este encuentro.

El Seminario se traslada a Madrid

Dulces Noticias... y *algo más* y AEPA (ahora AFAP) se hacen cargo de la organización de este encuentro, que se traslada a Madrid. La III edición, celebrada en 1996, se adentraba en las "entrañas" del sector. Para ello, las intervenciones estuvieron encaminadas a conocer todas las facetas y los elementos que intervenían en la fabricación de los productos de aperitivo, desde los ingredientes y aditivos empleados hasta la maquinaria para el diseño del packaging. Además, en aquellos años ya comenzaba a hablarse de las nuevas percepciones del consumidor sobre los snacks. Mientras, se puso en marcha la I edición del concurso de aperitivos.

¿Qué busca el consumidor?

El consumidor y los nuevos hábitos de consumo fueron los protagonistas en el año 1998, durante la IV edición del Seminario de Aperitivos. También, la cada vez más incipiente responsabilidad "verde" o medioambiental de las empresas marcó un encuentro en el que ya se empezaba a hablar de la moneda única.



¿Cómo afectará la llegada del euro?

La llegada de la moneda única europea era incipiente (entraría en circulación dos años después), por lo que una parte de las ponencias de la V edición se centraron en el proceso de adaptación del sector al euro y en cómo afectaría la nueva moneda al canal impulso. Mención también merecen las nuevas tendencias tanto de consumo como de fabricación o la cada vez más exitosa concesión de licencias.

Alimentación y salud

La VI edición del Seminario tuvo lugar en el año 2002. En ella se abordaron tanto aspectos técnicos como de marketing. Además, debido a que los productos saludables y naturales comenzaban a ser conocidos entre los consumidores, uno de los bloques de ponencias estuvo dedicado al binomio alimentación-salud.

Crece el concurso de aperitivos

En el año 2004, durante la VII edición de este encuentro, el concurso de aperitivos que se venía celebrando desde 1996 amplía sus categorías premiadas, incorporando Mejor Packaging y Producto más Innovador. Por lo que respecta a los temas tratados, la alimentación y salud continúa siendo uno de los asuntos que más preocupan a los operadores del sector debido a la imagen que una parte importante de los consumidores tienen de estos productos. Las últimas innovaciones en maquinaria o las tendencias del consumo marcan la pauta de esta edición.

El Seminario está de aniversario

El Seminario de Aperitivos cumple 15 años convertido en uno de los puntos de encuentro de referencia de los profesionales de este sector. En 2006, continuando con la estela del binomio alimentación-salud tratado en anteriores ediciones, los ingredientes saludables se convierten en tema de debate, junto con la importancia de los aperitivos en la dieta mediterránea.

El sector se transforma

Los cambios evolutivos a los que se enfrentan empresas, consumidores, productos y procesos de fabricación centran la temática de la IX edición de este encuentro, de ahí su lema: "La industria del aperitivo: un sector en plena transformación". De esta manera, el Seminario abordó los cambios en los que se encontraba inmerso el sector desde tres perspectivas: la empresarial, la del consumidor y la de los procesos productivos.

Optimismo frente a la crisis

En 2010, con la crisis económica y de consumo instalada en España, el mensaje unánime tras la finalización de la X edición del Seminario de Aperitivos fue claro: "Vamos a salir de la crisis". De esta manera, bajo el lema "Buscando la oportunidad que encierra toda crisis", los ponentes abordaron claves para salir reforzados de la compleja coyuntura económica.

Las claves de la innovación

La gestión de la innovación fue el argumento central de la edición del Seminario celebrada en el año 2012, que además supuso la puesta de largo de Sweetpress.tv. El peso de la innovación y los nuevos modelos de su gestión precedieron a un tercer bloque de ponencias sobre las nuevas relaciones entre fabricantes y distribuciones para estimular el consumo.

La que será la XII edición del Seminario de Aperitivos se centrará en la nueva comunicación, su entorno y los elementos que la condicionan en la industria alimentaria en general, y en particular en el mercado de aperitivos. La jornada se celebrará el próximo 26 de junio en el hotel Holiday Inn, situado en la plaza Trias Bertrán (zona Azca) de Madrid.