

# NUEVAS REGLAS, NUEVO ENTORNO, **NUEVA COMUNICACIÓN**

Madrid, 26 de junio 2014

## Una cita ineludible

# XII SEMINARIO APERITIVOS



[www.sweetpress.com](http://www.sweetpress.com)  
Tel.: 91 500 11 07  
[atencioncliente@sweetpress.com](mailto:atencioncliente@sweetpress.com)

[www.afap-aperitivos.com](http://www.afap-aperitivos.com)  
Tel.: 93 207 25 16  
[afap@grupobonmacor.com](mailto:afap@grupobonmacor.com)

Organizado por:



### LA COMUNICACIÓN COMO FACTOR FUNDAMENTAL QUE FAVORECE LA INNOVACIÓN Y CONTRIBUYE AL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA DE PRODUCTOS DE APERITIVO

- 09.30 h- **Acreditación participantes.**
- 10.00 h- **APERTURA: Dña. Pilar Farjas - Presidenta AECOSAN**
- 10.30 h- **NUEVO MARCO LEGAL, POLÍTICO Y MEDIÁTICO.**  
**D. Horacio González-Alemán, Director General FIAB**

*Las nuevas reglas de juego impactan directamente en el desarrollo de nuevos productos y la adaptación de los que ya están en el mercado, forzando un cambio de políticas de producción, comunicación y ventas de las empresas.*

- 11.00 h- **NUEVO CONSUMIDOR. D. Marc Torres, Responsable de Estudios en AECOC**

*La transformación del consumidor ha sido el resultado natural de los cambios que se han sucedido en los últimos años.  
¿Le conocemos suficientemente bien para llegar a él?*

- 11.30 h **COFFE BREAK**

- 11.45 h- **NUEVOS VALORES. LA ACTUALIDAD SE ESCRIBE CON "S":  
SALUD, SOCIABILIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y SOLIDARIDAD.**  
**Agencia de Comunicación (Hill+Knowlton Strategies) D. Juan Ignacio Moreno**

*Entran en juego nuevos elementos que participan en la construcción de la reputación del sector/marca.  
¿Les otorgamos la importancia que se merecen?*

- 12.15 h- **NUEVAS OPORTUNIDADES: DE LA PERCEPCIÓN A LA REALIDAD.**  
**D. Jaume Llopis - IESE**

*Aquellos estigmas que, a priori, frenan la buena imagen de nuestro sector/empresa y afectan a la percepción de nuestros productos, pueden transformarse en modelos de actuación comprometida y responsable si sabemos reorientar estas amenazas en oportunidades. ¿Es una realidad que todavía no hemos sabido comunicar?*

13.00 h-

## NOS MOVEMOS EN TORNO AL CONSUMIDOR: CONCURSO DE LOS MEJORES PRODUCTOS DE APERITIVO.

Todos los participantes realizan una cata ciega entre los diferentes productos presentados a concurso para elegir los mejores del año. **El Concurso de los mejores productos de aperitivo** se sitúa a la cabeza en cuanto a **prestigio** e **imparcialidad**, lo que es un valor añadido de cara al **consumidor**, ya que votan quienes mejor conocen los productos: los **profesionales** del mercado.

### 7 Categorías:

MEJOR PATATA FRITA - MEJOR APERITIVO FRITO  
MEJOR EXTRUSIONADO - MEJOR FRUTO SECO  
MEJOR HORNEADO - MEJOR PACKAGING  
PRODUCTO MÁS INNOVADOR

Y el producto más votado de todas las categorías será el  
**MEJOR PRODUCTO DEL AÑO 2014**



14.00 h-

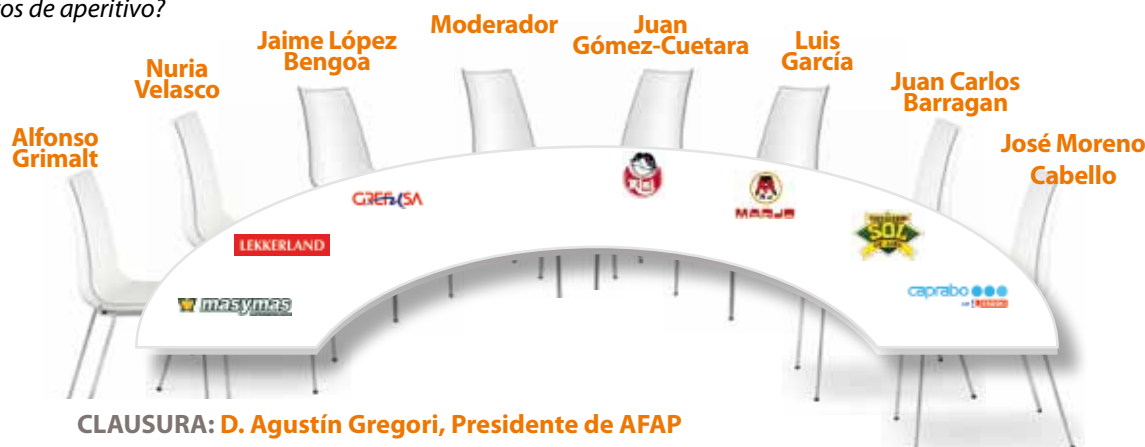
## ALMUERZO

15.30 h-

## MESAS DEBATE. CÓMO HACER CRECER LA CATEGORÍA ENTRE TODOS: Fabricante + Moderna + Impulso

**Alfonso Grimalt**, Director de Compras de Alimentación Seca de Juan Fornés Fornés (Supermercados MasyMas) - **Nuria Velasco**, Gerente de Lekkerland España - **Jaime López Bengoa**, Director General y Comercial de Grefusa - **Juan Gómez-Cuétara**, Presidente de Risi - **Luis García**, Gerente de Marjo - **Juan Carlos Barragán**, Director General de Tostaderos Sol de Alba y **Almacenes Barragán** - **José Moreno Cabello**, Jefe Sección Operativo Alimentación Caprabo.

La evolución reciente y su proyección futura ha modificado la interrelación del fabricante con los canales de distribución (operadores de alimentación/impulso/horeca) y la efectividad de las campañas. ¿Somos capaces de aunar sinergias que impulsen el mercado de productos de aperitivo?



17.30 h-

CLAUSURA: **D. Agustín Gregori**, Presidente de AFAP

17.45 h-

ENTREGA DE PREMIOS: **X Concurso de Productos de Aperitivo.**

### Patrocinado por:



Con la colaboración de:



## Boletín de inscripción al seminario

D./D<sup>a</sup> ..... en calidad de ..... de la empresa .....  
..... Nif ..... Población ..... Provincia ..... C.P. ....

Tlf. ....

Solicita la inscripción de .....

.....

.....

y el importe total lo hace efectivo mediante: Recibo contado, IBAN.nº-----/-----/-----/-----

Talón nominativo a Sweet Press, S.L. (antes del 15-06-14). **Enviar por email** a [atencioncliente@sweetpress.com](mailto:atencioncliente@sweetpress.com)

Le informamos que los datos que nos están siendo facilitados mediante este formulario, pasarán a formar parte de un fichero titularidad de Sweet Press; S.L. y serán tratados, únicamente, para facilitar información comercial en virtud de su solicitud, pudiendo Ud. ejercitar, en cualquier momento, los derechos de acceso, cancelación, rectificación y oposición mediante escrito dirigido a la empresa a su domicilio social. Sweet Press, S.L. C/ Antonio López, 249 Edificio Vértice 5ª Planta 28041 Madrid

### PARTICIPANTES

Miembros AFAP	NO Miembros AFAP
1º Asis. 385,00€	1º Asis. 460,00€
2º Asis. 255,00€	2º Asis. 385,00€
3º Asis. 180,00€	3º Asis. 255,00€