Reserva ya tu HABITACIÓN
EN EL PARADOR
DE BAIONA
PLAZAS LIMITADAS

Miércoles, 1 de Junio

15.30h. Café de bienvenida y acreditaciones
16.00h. Inicio de la jornada

ANÁLISIS DE MERCADO Y TENDENCIAS DE CONSUMO

¿Cómo evoluciona el mercado español de productos de la pesca? ¿Qué categorías ganan y pierden peso? ¿Cuáles son las tendencias en este mercado? ¿Hay hueco en el e-commerce para estas categorías?

Ignacio Biedma.
Client Business Partner y experto en distribución,
NIELSEN

MERCADO Y SUMINISTRO GLOBAL

Gorjan Nicolick nos ofrecerá una fotografía de las principales tendencias globales de la industria, flujos de mercancías y mercados internacionales. Tendremos la perspectiva de la banca sobre las principales industrias de productos del mar a nivel internacional, las dinámicas de inversión en este sector y el rol de España en él.

Rabobank es uno de los líderes especialista en servicios financieros en la industria de alimentación.

Gorjan Nikolik.
Senior Industry Analist,
RABOBANK

Pausa networking

LOS SELLOS DE PESCA SOSTENIBLE. ¿CUÁL ES SU IMPACTO EN PAÍSES DEL SUR DE EUROPA?

Las certificaciones de sostenibilidad en los productos del mar tienen un reconocimiento por parte de la industria, distribución y consumidores en los países del norte de Europa, pero y ¿en países como Francia, España e Italia? ¿Qué sentido tienen estas certificaciones para el consumidor de estos países? ¿Y para la industria? Bruno Correard analizará la situación de las certificaciones de sostenibilidad en los productos del mar en los países del sur de Europa.

Bruno Correard.
Director General,
CORREARDB CONSULTING

LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS DEL MAR COMO PALANCA PARA EL CRECIMIENTO.

Ante los cambios de hábitos de los consumidores y la disminución del consumo de productos de la pesca, la promoción de estos productos es una herramienta fundamental. Analizaremos diferentes formas de aproximarse al consumidor.

ALASKA SEAFOOD

Ponentes pedientes por confirmar

EL NUEVO MÁRKETING GASTRONÓMICO

¿Cómo potenciar el consumo de los productos del mar con la seducción audiovisual? ¿Cómo utilizar la gastronomía como forma de promoción?

Colabora:
XUNTA DE GALICIA
Unión Europea
Fondo Europeo da Pesa
INVESTIMOS N A PESCA SUSTENTABLE

Patrocinado por:
Budenheim

Organiza:
AECOC

¿Desea patrocinar este Congreso?

Pepe Barrena.
Publicista y crítico gastronómico,
BARRENA PRODUCCIONES DE COMUNICACIÓN

EL PRODUCTO DEL FUTURO

Pep Torres demostrará que no existen ideas buenas o malas, si no las que se llevan a cabo y las que no. Bajo esta premisa motivará a todos los asistentes a que hagan realidad aquellas ideas y sueños que les impiden dormir. Además, expondrá los conceptos creativos que ayudan a mejorar la experiencia de producto en los consumidores y ofrecerá ideas imaginativas especialmente pensadas para el sector de productos del mar.

Pep Torres.
Inventor, creative & entrepreneur; founder of @mibamuseum,
MUSEUM OF IDEAS & INVENTIONS OF BARCELONA

21:00h Cena de Congresistas

Jueves, 2 de Junio

9.00h. Café de bienvenida
9.30h. Inicio de la jornada

LA CADENA DE VALOR EN LOS PRODUCTOS DEL

En un "mundo" tan complejo como es el de los productos del mar ¿Qué es realmente una cadena alimentaria? y ¿cómo debería de ser una cadena de valor?.

El gran reto está, en lograr implementar la cadena de valor. Esta debe pasar, por un cambio de mentalidad de todos los actores implicados, por una profesionalización y, finalmente, por la adecuación de cierta legislación a las realidades del siglo XXI.

Carlos Buxadé.
Catedrático E.T.S. Ingenieros Agrónomos,
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID

QUÉ DESEA TOMAR... PESCADO? HOY LE PUEDO OFRECER....

Barcos, Bateas, Mareas, Marineros, Lonjas, Tradición, Oficio....., hablamos de Productos del

Mar.

Evolución, Crecimiento, INNOVACION....., ¿hablamos de Productos del Mar?
Cómo se pueden conjugar ambos mundos, sin renunciar a sus fortalezas. Compartamos experiencias.
Angel Monreal Aladren.
Director Productos Frescos,
CARREFOUR

COOP ITALIA: FRESCURA Y CONFIANZA EN PUNTO DE VENTA

En un mercado como el italiano el consumo de pescado se realiza principalmente en el restaurante, fomentar el consumo doméstico es un verdadero reto. Coop Italia compartirá sus mejores prácticas en la comercialización : cómo dotarlo de valor, acercarlo al consumidor, presentar el producto y como comunicarlo de forma eficaz en punto de venta.

Marco Guerrieri.
Responsable sector cárnico y productos del mar,
COOP ITALIA

Pausa networking

INNOVACIÓN Y CAMBIO EN LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS DEL MAR

El caso de transformación total de una industria basada en un modelo de negocio tradicional c a un modelo basado en aportar valor añadido a los productos del mar con una nueva organización empresarial.

Antonio López Pizarro.
Director General,
ISIDRO DE LA CAL

CREER, CREAR, LOGRAR

Álex Rovira nos muestra la fuerza que tienen nuestras actitudes y creencias a la hora de forjar hábitos individuales y colectivos que propicien la transformación. Porque la Buena

Suerte no es resultado del azar, y sí es la consecuencia de la responsabilidad, de la perseverancia, del coraje, de la humildad, del propósito, del amor y la consciencia que ponemos en lo que hacemos.

Álex Rovira.
Conferenciante

14.00h. Almuerzo Cóctel
15.00h Fin de la jornada

Copyright © AECOC 2016

Tel. 93 252 39 00 / eventos@aecoc.es