

## **LA PATRONAL CÀRNIA PRESENTA A L'ICEX EL SEU PLA ESTRATÈGIC DE PROMOCIÓ INTERNACIONAL POST-COVID, BASAT EN LA TRANSFORMACIÓ DIGITAL**

**El secretari general, Josep Collado, i l'Àrea Internacional s'han reunit telemàticament amb la directora d'Aliments, Vins i Gastronomia de l'ICEX, María Naranjo, i el responsable de la promoció internacional dels productes carnis, Carlos Villar, per comentar diferents estratègies de promoció internacional per al sector carni per adaptar-se a la nova situació post-pandèmia.**

25/5/20- El secretari general i l'Àrea internacional han traslladat a la directora d'Aliments, Vins i Gastronomia de l'ICEX, María Naranjo, i al responsable de la promoció internacional dels productes carnis, Carlos Villar, les estratègies de promoció internacional per al sector carni per al context actual post-Covid. Entre altres efectes, aquesta crisi ha provocat la supressió d'esdeveniments d'alta concentració de persones i les restriccions en els viatges, la qual cosa incideix negativament sobre els models tradicionals de promoció comercial, com són les missions empresarials i les fires comercials.

Les estratègies de promoció que FECIC ha presentat a l'ICEX es basen en la transformació digital, en el marc de la indústria 4.0, i tenen com a objectiu suplir les funcionalitats que fins el moment presentaven les fires internacionals, així com també les missions comercials, per no perdre així la capacitat d'arribada dels productes carnis als diferents clients i mercats exteriors.

En aquest marc digital, la combinació de tecnologies avançades com l'enregistrament en 3D, l'ús de la realitat virtual o la realitat augmentada permetran donar a conèixer les característiques de les empreses càrnies i dels seus processos productius.

També cal aprofitar l'orientació estratègica de les pàgines web de les empreses cap a un model d'eficiència que permeti relacions B2B, per aprofitar aquest nou context internacional post-Covid.

Finalment, FECIC li ha traslladat a l'ICEX la importància d'una col·laboració eficient amb les oficines comercials i de dur a terme accions formatives que ajudin a orientar als seus equips humans en la modalitat de comercialització digital i a adquirir els coneixements necessaris sobre els productes.