



Auténtica 2025, el gran laboratorio de innovación en marketing, comunicación y experiencia gastronómica

Tras el éxito de sus dos primeras ediciones, Auténtica Premium Food regresa a FIBES Sevilla los próximos 15 y 16 de septiembre con más de 300 ponentes y 10.000 profesionales asistentes

El Gastromarketing Forum abordará cómo datos, tecnología y creatividad están transformando la forma de comunicar, vender y emocionar en el sector gastronómico

Madrid, 31 de julio de 2025 – [Auténtica Premium Food](#), la feria líder dedicada al producto gourmet con valores asociados a la dieta mediterránea, calienta motores para la celebración de su tercera edición, que tendrá lugar los días **15 y 16 de septiembre en FIBES Sevilla**. El evento, que pone en valor el producto gourmet auténtico, saludable y sostenible, regresa este año a la capital andaluza en su propósito de fomentar una nueva consciencia social a través de los alimentos y promover el diálogo en torno a la dieta mediterránea y sus beneficios. De esta forma, Auténtica espera reunir **a más de 10.000 asistentes**, quienes podrán disfrutar y aprender junto a algunos de los chefs más reconocidos de la alta gastronomía española, de la talla de Dani García (Smoked Room Madrid**, Smoked Room Dubái*, Grupo Dani García), Toño Pérez (Atrio***) o Juanlu Fernández (LÚ, Cocina y Alma**), así como con voces expertas de firmas líderes en la industria alimentaria como Mercadona, Alcampo, Covirán, Uvesco o Grupo MAS.

En el marco del evento, el foro **Auténtica Congress** volverá a ocupar un papel central, con la participación de **más de 300 ponentes en 6 escenarios simultáneos**, que analizarán las tendencias más relevantes en torno a los alimentos premium. En este contexto, el **Gastromarketing Forum** se presenta como un punto de encuentro para explorar las prácticas más innovadoras en comunicación, marketing y estrategia comercial aplicadas al sector gastronómico. A través de expertos provenientes de disciplinas complementarias como la gastronomía, la creatividad, el marketing, la música y la neurociencia, se reflexionará sobre cómo la combinación de datos, la tecnología y el conocimiento profundo del comportamiento del consumidor permiten diseñar experiencias únicas, personalizadas y memorables.

Alta gastronomía, datos y creatividad: así se diseña la nueva hospitalidad personalizada

En un sector cada vez más orientado a la experiencia, la personalización se convierte en una herramienta clave para conectar con el cliente sin perder autenticidad. Ya no basta con ofrecer un producto de calidad; el consumidor actual busca sentirse reconocido y emocionalmente vinculado en sus experiencias gastronómicas. Bajo esta perspectiva, la personalización va mucho más allá de adaptar un menú: desde la atmósfera cuidadosamente creada en restaurantes de alta cocina como Saddle*, hasta la potencia emocional de un menú a medida o el impacto de una banda sonora especialmente concebida; cada detalle se convierte en una oportunidad para diseñar momentos únicos que conectan con el cliente y refuerzan la identidad del establecimiento.

En esta línea, **Israel Ramírez**, Director de Sala en el restaurante Saddle —galardonado con una estrella Michelin y dos Soles Repsol—, compartirá su enfoque sobre el momento de Auténtica es un evento de: en colaboración con:

hiperpersonalización de la sala y cómo los datos pueden transformar el arte del servicio para alcanzar la excelencia. También pondrá el foco en este aspecto **Iván Salvadó**, Director General de Inmostelery, con más de 25 años de experiencia gestionando más de 150 restaurantes y hoteles, que abordará cómo la hiperpersonalización, sustentada en datos y tecnología, se ha convertido en un motor clave de rentabilidad en la hospitalidad digital actual.

Por su parte, **Rodrigo Domínguez**, Director de Horeca Entertainment en Aplus Gastromarketing, junto con **Jordi Carreras**, Music Curator, explorarán cómo diseñar atmósferas musicales que están transformando la experiencia gastronómica y marcando la llegada de una nueva era de entretenimiento y personalización en restaurantes, hoteles y otros espacios.

Finalmente, **Jorge Sánchez**, Cofundador y Director Creativo Estratégico de la Agencia Kids, presentará su visión sobre las marcas líquidas, explicando cómo adaptarse sin perder identidad ni diluirse, integrando la cultura actual e insights relevantes para lograr que los proyectos destaquen no solo por lo que cuentan, sino por cómo lo hacen, tomando como referencia algunas campañas virales de éxito.

De la mente al paladar o cómo la ciencia y el marketing transforman la gastronomía

La neurogastronomía es una disciplina que estudia cómo los sentidos, el cerebro y las emociones influyen en nuestra experiencia culinaria, abriendo nuevas posibilidades para diseñar momentos gastronómicos únicos y profundamente personalizados. En este sentido, **Raquel Frutos**, experta en la materia, y **Toño Palacio**, chef y asesor gastronómico, mostrarán cómo aplicar la neurogastronomía para diseñar vivencias memorables y personalizadas en distintos modelos de negocio.

En un mercado cada vez más competitivo y digitalizado, comprender el comportamiento del consumidor y optimizar los canales de venta se vuelve fundamental para alcanzar el éxito. Al respecto, **Javier Alonso**, Marketing & Commerce Senior Advisor en Seidor, expondrá los resultados del "5º Barómetro del Retail 2024-2025", donde la hiperpersonalización aparece como factor clave de fidelización. A través de casos prácticos, expondrá cómo convertir esos datos en acciones concretas que mejoren la recurrencia y el margen. Por su parte, **Ignacio Aranciaga**, Country Manager en Pimentón, compartirá en una sesión exprés las claves para optimizar el delivery en solo 30 minutos, ajustando variables críticas como visibilidad, ticket promedio, conversión o recompra para impulsar el rendimiento del canal.

Auténtica Premium Food es un evento de NEBEXT - Next Business Exhibitions en colaboración con la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, a través de la cofinanciación con Fondos Europeos FEDER, y cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Sevilla, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Landaluz, Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía, así como de las principales patronales del sector.

Sobre Auténtica (15-16 de septiembre 2025): Auténtica Premium Food es un evento organizado por [NEBEXT](#), empresa especializada en eventos profesionales centrados en la innovación y en la transferencia tecnológica

Auténtica es un evento de:

en colaboración con:



como [HIP – Horeca Profesional Expo](#) y [Food 4 Future – Expo Foodtech](#), en colaboración con la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía y de Fondos Europeos. Auténtica es una Expo y un Congreso anual para los principales actores de la cadena de valor de la industria de la alimentación y la gastronomía que buscan productos premium que mantengan un diálogo y consciencia social.

Auténtica es un evento de:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS



en colaboración con: