



INFORME
DE FERIA

2025



HORECATEL

Marche-en Famenne
9-12 de marzo de 2025

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bruselas

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

14 de abril de 2025
Bruselas

Este estudio ha sido realizado por
José Carlos Elena Serrano y Ana Mendieta Ovejero

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bruselas

<https://belgica.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250247



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	6
2. Descripción y evolución de la Feria	7
2.1. Datos estadísticos de participación	8
2.2. Actividades paralelas de la feria	10
3. Tendencias y novedades presentadas	12
4. Valoración	14



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica



Ámbito:	Nacional
Carácter:	Profesional
Fecha:	9-12 de marzo de 2025
Edición:	58. ^a Edición
Frecuencia:	Anual
Localización:	Rue des Deux Provinces, 1 B_6900 Marche-en-Famenne
Horario de apertura:	Del domingo 9 al martes 11 de marzo: 11:00 h - 19:00 h (acceso hasta las 18:30 h). Miércoles 12 de marzo: 11:00 h - 18:00 h (acceso hasta las 17:30 h).



Precio de la entrada:

Presentando una **tarjeta de invitación: entrada gratuita** mediante registro en línea previo.

Sin invitación: 70 €

Grupos de **estudiantes de hostelería** (solo el miércoles por la tarde): **acceso gratuito**, se ruega solicitarlo mediante el correo horecatel@wex.be

Niños menores de **12 años: gratis**

Medios de Transporte

En coche:

[Consulte el plano de acceso.](#)

Transporte público:

Autobuses TEC con salida desde la estación de tren de **Marloie**:

- [Línea 92](#) "Boucle urbaine - Waha"
- [Línea 424](#) "Rocheft - Marche".

3.000 plazas disponibles: 10 €/día (pago en la entrada del *parking*).

Parking

Plazas para personas con movilidad reducida (**PMR**) y aparcamiento para bicicletas disponibles.

8 puntos de recarga para vehículos eléctricos disponibles: descargue la aplicación **SMAPPEE** o pase su tarjeta por el sensor para utilizar el punto de carga.

El **segundo parking para VISITANTES** se sitúa en **Rue de l'Innovation**, en la zona industrial **Zoning NOVALIS** en **B-6900 Aye** (acceso al salón mediante lanzaderas gratuitas).

El **segundo parking para EXPOSITORES** se sitúa en **Rue Haies des Biches**, en **B-5377 Baillonville** (accesible únicamente con el adhesivo correspondiente y la tarjeta de expositor).

Alojamiento

Consulte la lista de los [establecimientos asociados](#).

1.2. Sectores y productos representados

La feria reúne una **amplia representación de sectores** vinculados al canal **HORECA** y a la industria alimentaria en sentido amplio, ofreciendo un escaparate diversificado que abarca tanto **productos** como **equipamientos y servicios**. Entre los sectores alimentarios destacan los espacios dedicados a la **carnicería-charcutería**, la **panadería-pastelería**, los **productos lácteos**, los **productos alimentarios generales**, las especialidades de la **tienda gourmet**, así como los **productos congelados y salsas**, que ocuparon un lugar **especialmente destacado** en esta feria por su popularidad entre las **friterías** belgas.

Asimismo, llamó especialmente la atención la nutrida presencia de **brasseries**, muchas de ellas con su propia **cerveza artesanal**, un producto muy representativo del mercado belga. La oferta se completaba con **café, té, bebidas sin alcohol** y una sección de **vinos y espírituosos**.

En cuanto a equipamiento y servicios, se presentan expositores especializados en **material para hostelería, mobiliario, ropa de trabajo, productos de higiene**, soluciones para **friterías**, y **equipamiento para exteriores**. También tienen una presencia significativa los sectores de la **decoración y arte de la mesa**, centrados en el diseño de espacios acogedores y funcionales.

Completan la oferta las **federaciones profesionales, administraciones públicas y asociaciones sectoriales**, así como proveedores de **servicios auxiliares** dirigidos a hoteles y restaurantes.



2. Descripción y evolución de la Feria

La feria **Horecatel** acoge aproximadamente **370 empresas expositoras** que presentan su oferta a un público compuesto por cerca de **30.000 visitantes**. El evento está dirigido exclusivamente a profesionales del sector HORECA, lo que garantiza la calidad del perfil visitante y la orientación comercial de la feria.

La feria se estructura en **pabellones temáticos** clasificados por categoría de producto o servicio (alimentación, bebidas, equipamiento, mobiliario, higiene, tecnología, servicios, decoración, entre otros). Cada expositor dispone de un **stand individual**, con configuración libre, en función del tipo de actividad y del pabellón correspondiente. El recinto ferial está dotado de señalización clara y planos impresos y digitales para facilitar la circulación y orientación de los asistentes.

No se identificó **presencia española**, ni a través de expositores individuales ni mediante pabellones institucionales agrupados.

En términos organizativos, la feria destaca por su buena disposición logística, la especialización sectorial de sus espacios y la clara orientación hacia la generación de contactos comerciales dentro del canal HORECA.

2.1. Datos estadísticos de participación

PERFIL PROFESIONAL DE LOS VISITANTES

Por categoría

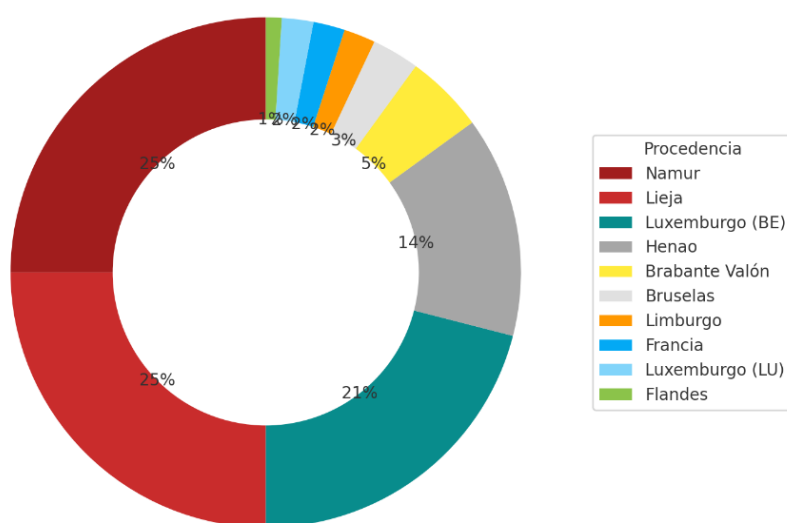


Elaboración propia a partir de datos de la página oficial de Horecatel.

En términos de procedencia geográfica, los visitantes provienen mayoritariamente de regiones valonas: **Namur (24 %)**, **Lieja (24 %)**, **Luxemburgo (20 %)** y **Hainaut (13 %)**. También se registraron asistencias de **Brabante valón (5 %)**, **Bruselas (3 %)**, **Limburgo (2 %)**, **Flandes (1 %)**, así como de países vecinos como **Francia (2 %)** y el **Gran Ducado de Luxemburgo (2 %)**. Esta distribución confirma el carácter regional de la feria, con una proyección limitada pero presente hacia mercados colindantes.

PROVENIENCIA DE LOS VISITANTES

En porcentaje



Elaboración propia a partir de datos de la página oficial de Horecatel.

Respecto al perfil profesional, destacan los visitantes pertenecientes a los sectores de **restauración (24 %)**, **cafeterías y bares (13 %)** y **friterías (12 %)**. También se contabiliza participación de **asociaciones (7 %)**, **empresas de catering (6 %)**, **importadores y mayoristas (4 %)**, **hoteles (3 %)**, **panaderías/pastelerías (2 %)**, **tiendas gourmet (1 %)** y **carnicerías (1 %)**. Se incluye además un porcentaje relevante de **estudiantes de hostelería (2 %)**, lo que refuerza el enfoque formativo del salón.

2.2. Actividades paralelas de la feria

La programación de Horecatel 2025 combina **contenidos técnicos, competiciones gastronómicas, demostraciones culinarias y espacios de reflexión sectorial.**

1. Concursos profesionales

Durante la feria se celebraron varios concursos orientados a premiar la excelencia en distintas ramas del sector. Entre ellos destacan:

- **Trophée Eric Martin 2025** (lunes 10 de marzo): competición de alto nivel culinario.
- **Belgium Pizza League** (martes 11 de marzo): concurso nacional de elaboración de pizza.
- **Horecatel Hospitality Awards** (miércoles 12 de marzo): galardones al mejor concepto de hostelería.
- **Concurso de quesos y vinos locales** (miércoles 12 de marzo): cata y maridaje de productos regionales.

2. Demostraciones culinarias

Numerosos chefs de prestigio belgas participaron en demostraciones prácticas en el escenario gastronómico del pabellón 6, entre ellos:

- **Charles Broutard** (*La Villa Lorraine*, Bruselas)
- **Jordan Joubert** (*Klok*, Bruselas)
- **Manon Destreille**, con una propuesta de bistronomía (concepto culinario que fusiona la cocina de alta calidad gastronómica con el ambiente informal y accesible de los bistrós) con estrella Michelin.
- Empresas como **Rational Belgium** presentaron innovaciones tecnológicas aplicadas a la rentabilidad en cocina.
- Otros temas abordados se centraron en la **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, con especial énfasis en la lucha contra el **desperdicio alimentario**, la **gestión sostenible de los recursos**, la **optimización del consumo energético** y la adaptación del sector hostelero a los desafíos del **cambio climático**.

3. Mesas redondas

El espacio “*La Scène de demain*” (Pabellón 1) acogió tres mesas redondas temáticas:

- **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** – domingo 9 de marzo
- **Transformación digital** – lunes 10 de marzo
- **Emprendimiento en el sector HORECA** – martes 11 de marzo

4. Conferencias

Las conferencias ofrecieron análisis técnicos y formativos, destacando:

- Presentación del **Business Club APAQ-W** y su red “*Table de Terroir*” para restauradores valones.
- Debate sobre **tendencias digitales y e-commerce en turismo** (lunes 10 de marzo).

El programa de Horecatel 2025 pone en evidencia el esfuerzo por combinar *networking* comercial con contenidos de valor añadido, orientados a la innovación, la sostenibilidad y la profesionalización del sector.



Fotografía proveniente de la galería extraída de la página web oficial de la feria Horecatel.

3. Tendencias y novedades presentadas

Durante la edición 2025 de la feria Horecatel, se identificaron diversas tendencias clave en el sector HORECA, reflejo tanto de los nuevos hábitos de consumo como de los desafíos y prioridades emergentes para los profesionales del canal. A continuación, se describen las principales:

Sostenibilidad y eficiencia energética. Numerosos expositores presentaron productos y soluciones orientados a mejorar la eficiencia energética en cocinas y establecimientos, como equipamiento inteligente de cocción o sistemas de gestión energética. Esta tendencia se vio reforzada por conferencias y mesas redondas centradas en la adaptación del sector hostelero al cambio climático, la lucha contra el desperdicio alimentario y la gestión sostenible de recursos.

Consolidación del producto local y de proximidad. Se observó una fuerte presencia de productores regionales, así como un posicionamiento claro de los expositores hacia la valorización del producto local, en particular dentro del sector de quesos, cervezas artesanales y panadería/pastelería. La participación destacada de braserías con producción propia de cerveza confirma el creciente interés por la identidad regional y la diferenciación en la oferta gastronómica.

Alta presencia de productos congelados y soluciones listas para servir. Muchos expositores ofrecieron productos ultracongelados, preparados y salsas, pensados para optimizar el tiempo y la eficiencia en cocina sin comprometer la calidad.

Digitalización, automatización y medios de pago. El impacto del entorno digital en la restauración fue abordado en varias ponencias y se reflejó en la oferta expositora. Se presentaron herramientas para la digitalización de procesos de venta, reservas y comunicación con el cliente, así como sistemas automatizados de cocina y soluciones de pago integradas y *contactless*, cada vez más demandadas en el sector.

Foco en la formación y el relevo generacional. La feria contó con una notable participación de escuelas de hostelería y estudiantes, lo que evidencia la preocupación del sector por garantizar el relevo generacional y reforzar la formación técnica. Varias actividades del programa estuvieron específicamente dirigidas a este perfil.

Enfoque gastronómico y valorización del oficio. A través de concursos, demostraciones culinarias y conferencias, se puso en valor el papel de la gastronomía como motor de innovación, tradición y excelencia. En particular, destacó la atención al concepto de "bistronomía", que conjuga cocina de calidad con accesibilidad y rentabilidad.



Crecimiento del segmento de bebidas sin alcohol. Se identificó un aumento en la oferta de bebidas sin alcohol. Destacaron los refrescos alternativos, así como las cervezas y vinos sin alcohol, que están ganando popularidad entre los consumidores que buscan opciones más saludables sin renunciar a la experiencia gastronómica.

En conjunto, estas tendencias reflejan una transformación progresiva del sector HORECA, cada vez más orientado a la sostenibilidad, la eficiencia operativa, la innovación digital y la adaptación a nuevos perfiles de consumo.

icex

4. Valoración

La feria Horecatel 2025 ha demostrado ser un evento de referencia para el sector HORECA en Valonia, tanto por el volumen de visitantes como por la diversidad de su oferta expositiva. A pesar de su enfoque regional, la feria atrajo a un público profesional amplio y bien segmentado, lo que refuerza su valor como plataforma de encuentro para actores relevantes del canal.

Entre las oportunidades identificadas, cabe destacar el potencial que ofrece la feria para **empresas españolas importadoras** en busca de **productos ultracongelados**, las **salsas listas para servir** y, de **cervezas artesanales**.

En cuanto a la presencia de **distribuidores e importadores belgas**, si bien no fue muy numerosa, resultó de especial interés. En primer lugar, destaca la **presencia del grupo Colruyt**, uno de los principales grupos de distribución minorista en Bélgica, con fuerte implantación en Flandes y Valonia. Su participación en la feria refuerza el posicionamiento del evento como punto de encuentro estratégico para conectar con grandes operadores del *retail*. Las empresas españolas que busquen colocar sus productos en el mercado belga a través del canal de gran distribución podrían encontrar un punto de entrada.

Además, el interés mostrado por **importadores de vino** fue significativo. Varios interlocutores expresaron su buena percepción del **vino español**, valorando su **relación calidad-precio**, su presentación y su diferenciación frente a otras ofertas tradicionales. Asimismo, se identificó una **creciente demanda de vinos sin alcohol de calidad y a precios competitivos**, segmento en el que los operadores belgas afirmaron estar activamente buscando nuevas referencias.

Por otro lado, y desde una **perspectiva más operativa**, conviene tener en cuenta ciertos aspectos logísticos y culturales del evento. La feria tuvo lugar en **Marche-en-Famenne**, a **una hora y media en coche desde Bruselas**, lo que puede suponer una consideración logística para empresas extranjeras. El idioma predominante fue el **francés**, con presencia del inglés. Es importante tener en cuenta que el consumidor valón suele mostrar preferencia por productos de origen local o francés, lo que puede requerir una estrategia de entrada adaptada a estas sensibilidades.

En conjunto, Horecatel se consolida como una feria de interés para empresas españolas que busquen tanto **importar productos valones diferenciados** como **identificar actores clave de la distribución e importación en Bélgica**, especialmente en sectores con demanda creciente y alto valor añadido.



Fotografía proveniente de la galería extraída de la página web oficial de la feria Horecatel.



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones