



INFORME
DE FERIA

2024



SIGEP

Rimini
20-24 de enero de 2024

iCEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

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

24 de marzo de 2024
Milán

Este estudio ha sido realizado por
Ángeles María Sabater Rocher

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

<http://italia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	4
2. Descripción y evolución de la Feria	5
2.1. Organización y precios	5
2.2. Datos estadísticos de los expositores	6
2.3. Participación española	7
2.4. Datos estadísticos de visitantes	8
3. Tendencias y novedades presentadas	9
4. Valoración	11
4.1. Del evento en su conjunto	11
4.2. De la presencia española	11
4.3. De los países competidores	11
5. Anexos	12
5.1. Recomendaciones	12
5.2. Listado de expositores españoles	16
5.3. Direcciones de interés	17





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Ámbito	Internacional
Fecha de celebración	20 al 24 de enero de 2024
Edición	45.ª Edición
Frecuencia	Anual
Fecha próxima edición	18 al 22 de enero de 2025
Lugar de celebración	Rimini Expo Centre Via Emilia 155, 47921 Rímini info@iegexpo.it https://www.iegexpo.it
Horario de la Feria	09:30 a 18:00, el último día de 9:30 a 17:00
Precio de la entrada	<ul style="list-style-type: none">• Entrada para un día: antes del día 30 de noviembre a través de la plataforma <i>online</i> el precio fue de 49 €. A partir de entonces, tanto <i>online</i> como en la taquilla, el coste del billete fue 65 €.• Entrada para dos días: antes del día 30 de noviembre a través de la plataforma <i>online</i> el precio fue de 85 €. A partir de entonces, tanto <i>online</i> como en la taquilla, el coste del billete fue 110 €.
Público	Profesional
Organizador	Italian Exhibition Group info@iegexpo.it https://www.iegexpo.it

1.2. Sectores y productos representados

Los sectores representados en la Feria han sido:

- Repostería y panadería (40 %)
- Helado (26 %)
- Café (16 %)
- Chocolate (4 %)



GELATO



PASTRY



CHOCO



BAKERY



COFFEE

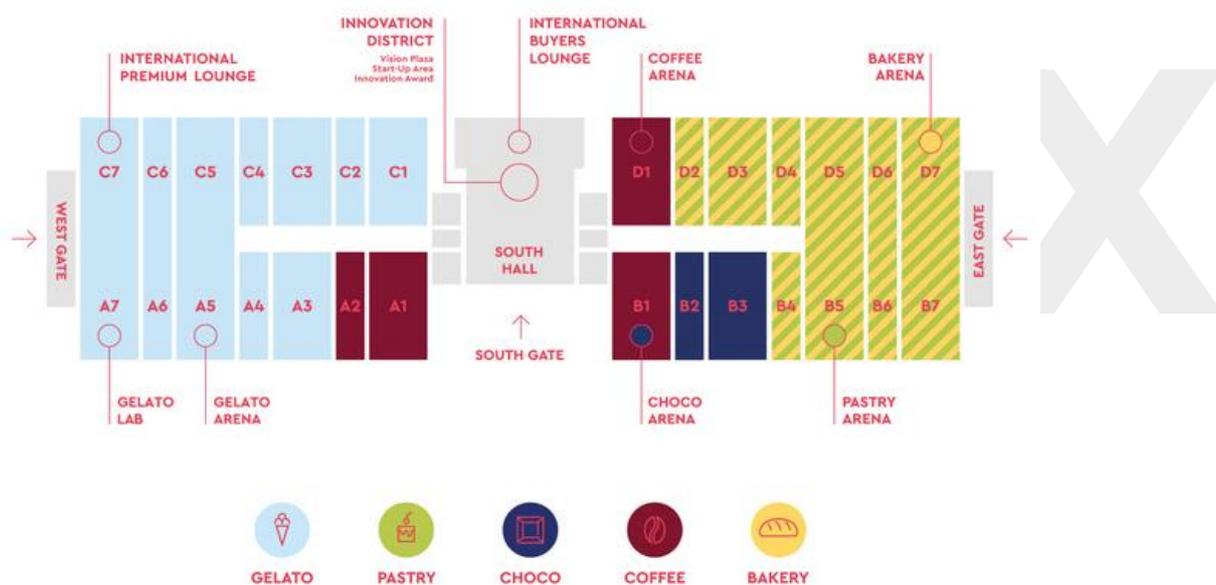
2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Organización y precios

Como es habitual, esta última edición de la Feria SIGEP ha sido organizada por Italian Exhibition Group. Se ha desarrollado a lo largo de 28 pabellones que ocuparon una superficie de 130.000 m² en el recinto ferial Rimini Expo Centre del 20 al 24 de enero de 2024.

En el siguiente mapa se puede observar la distribución de los sectores a lo largo del recinto.

IMAGEN 1. PLANO DE LA FERIA SIGEP 2024



Fuente: Web oficial de SIGEP 2024.

Esta edición se caracterizó por una programación enriquecida por competiciones internacionales, demostraciones y talleres, presentaciones de productos y lanzamientos, foros y conferencias, catas y degustaciones, así como diferentes eventos de *networking*.

El precio del *stand* varía dependiendo del momento en el que se haya reservado, el tamaño del mismo y los servicios extra que incluyen cada espacio expositivo. Algunos ejemplos de los precios de los *stands* para la edición del 2025 son los siguientes:

- *Stand* modelo *basic* 16m², 1 lado abierto: 6.656 €
- *Stand* modelo *basic* 32 m²,1 lado abierto: 12.144 €
- *Stand* modelo *smart* 16m², 1 lado abierto: 8.736 €

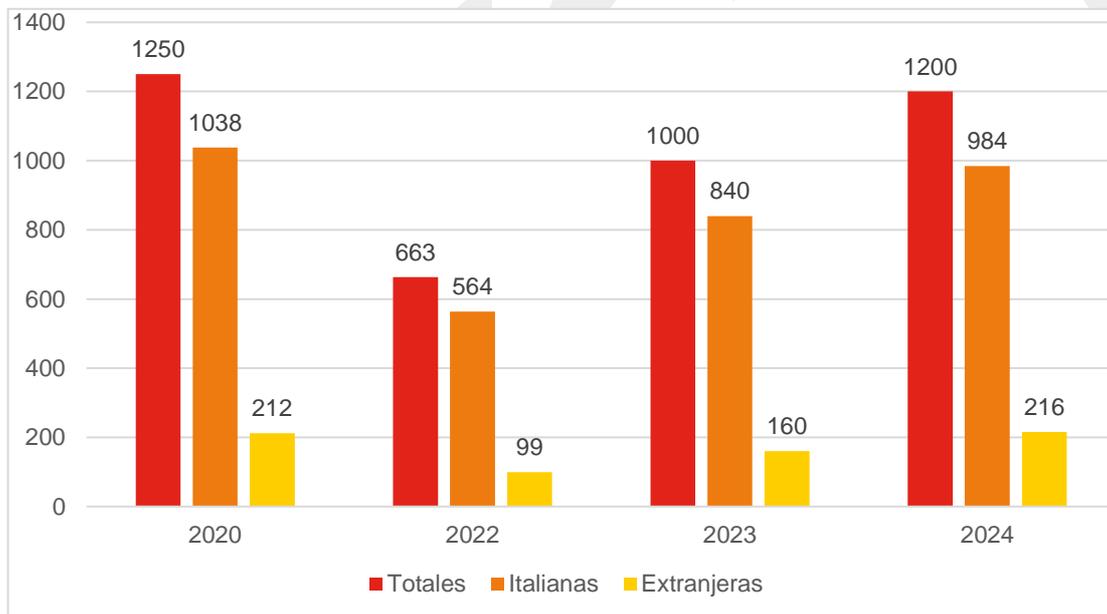
- Stand modelo *smart* 32 m², 1 lado abierto: 16.336 €
- Stand modelo *luxury* 16m², 1 lado abierto: 9.584 €
- Stand modelo *luxury* 32 m², 1 lado abierto: 18.064 €

Se pueden consultar todos los precios de la edición del 2025 en el siguiente enlace:
https://my.sigep.it/upload_janus/modulistica/SIG/tariffe_info_utiliita.pdf

2.2. Datos estadísticos de los expositores

TABLA 1. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EXPOSITORAS¹

	2020	2022	2023	2024
Total expositores	1.250	663	1.000	1.200
Italianos	1.038	564	840	984
Extranjeros	212	99	160	216
% Extranjeros	17 %	15 %	16 %	18 %



Fuente: Italian Exhibition Group, SIGEP 2024.

¹ En 2021 la Feria no se celebró debido a la pandemia COVID.



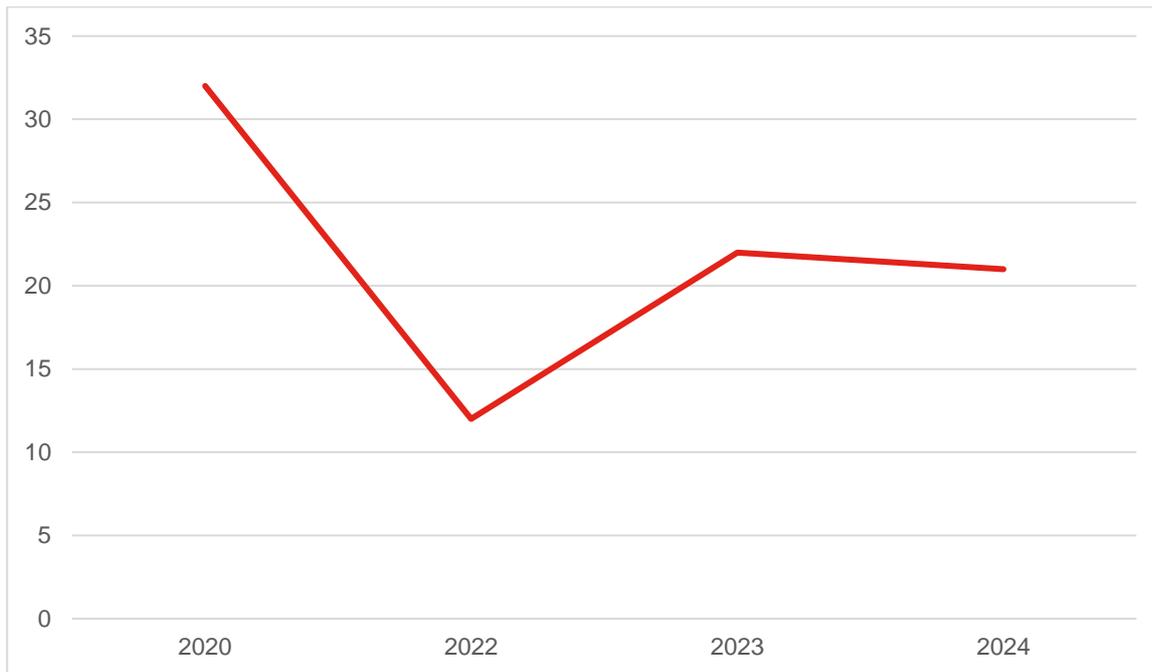
TABLA 2. RANKING DE PAÍSES EXPOSITORES

Edición de 2024	N.º expositores	% del total
Italia	1.009	84,08 %
Turquía	25	2,08 %
Francia	23	1,92 %
Alemania	22	1,83 %
España	21	1,75 %

Fuente: Italian Exhibition Group, SIGEP 2024.

2.3. Participación española

TABLA 3. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES

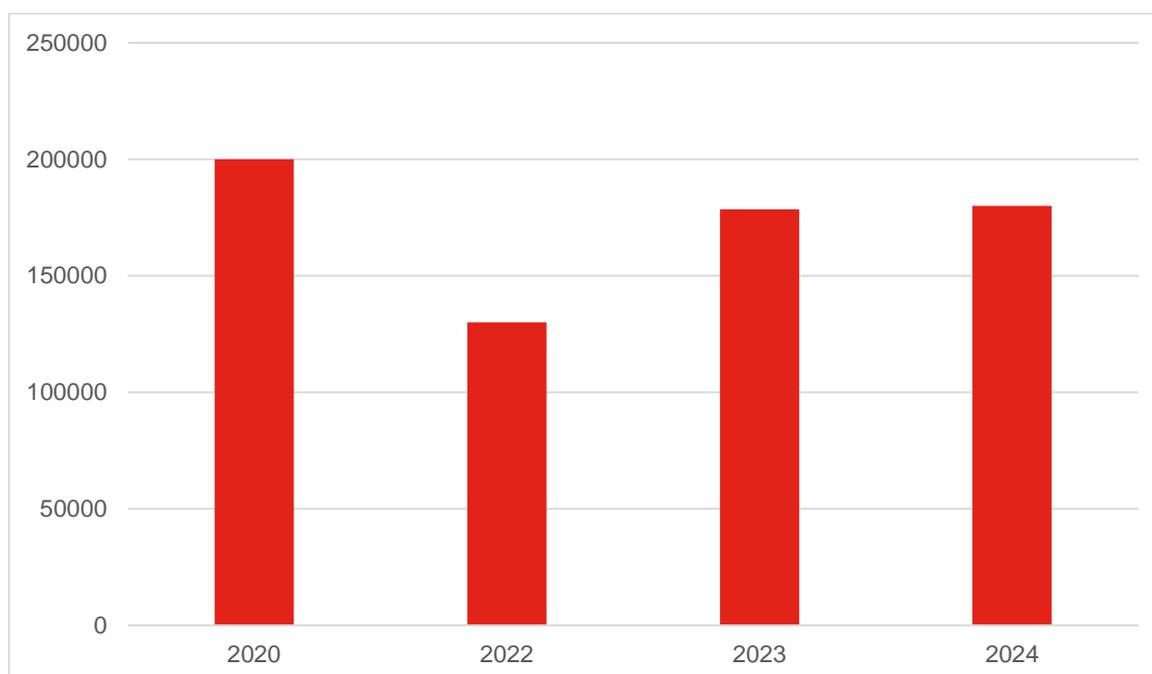


Fuente: Italian Exhibition Group, SIGEP 2024.

2.4. Datos estadísticos de visitantes

TABLA 4. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES

	2020	2022	2023	2024
Total visitantes	200.000	130.000	178.527	180.000
Extranjeros (valor absoluto y en %)	33.029 (16,5 %)	20.800 (16 %)	37.490 (21 %)	37.800 (21 %)



Fuente: Italian Exhibition Group, SIGEP 2024.

Desde la organización de la feria, se ha preferido enfocar la atención en el número de compradores de empresas del sector con capacidad de decisión participantes en su Programa Buyer, que asciende a 500 participantes procedentes de 84 países distintos.

3. Tendencias y novedades presentadas

Durante el desarrollo de esta edición pudieron conocerse, un año más, las innovaciones propuestas por las distintas empresas del sector. Las empresas aprovecharon la feria como una oportunidad para dar a conocer sus nuevos productos, la calidad y la artesanía de sus elaboraciones.

IMAGEN 2. CONFERENCIAS LLEVADAS A CABO EN EL VISION PLAZA



Fuente: Web oficial de SIGEP 2024.

En SIGEP 2024, ha destacado la oferta de productos adaptados a consumidores preocupados por la salud y nutrición. Tras la pandemia, se ha reforzado el papel clave de la alimentación más allá de las necesidades fisiológicas. Con una población constantemente en movimiento y buscando opciones saludables, se proponen ingredientes como las frutas frescas y opciones abundantes en proteína. Además, la demanda de alimentos sin lactosa, sin gluten y sin azúcar está en alza, respondiendo a las necesidades de aquellos con restricciones dietéticas específicas.

De hecho, se espera un crecimiento exponencial para los productos basados en plantas y alternativos a los de origen animal. Esto se refleja no solo en los ingredientes y procesos de producción, sino también en cómo las empresas presentan sus productos. Las empresas muestran su filosofía e integran sus valores a lo largo de toda la cadena de suministro.

Los consumidores prestan cada vez más atención al etiquetado, interesados por conocer el origen y los ingredientes, prefiriendo productos que cumplan con estándares ambientales, tanto en términos de empaquetado como en su producción.

Según el observatorio de Sigep, se mantiene la popularidad del helado artesanal italiano como tendencia global y las colaboraciones entre Italia y diferentes países crean una oferta única, explorando ingredientes exóticos y fusionando culturas gastronómicas.



Otra tendencia que gana popularidad son los *snacks* para llevar, que cubren el espacio entre las porciones individuales y la comida para picar. Bombones, bocados de helado, donuts y barritas se presentan en envases convenientes y prácticos para consumir mientras se está en movimiento.

No obstante, las innovaciones de la industria van más allá de los ingredientes y los envases utilizados. La maquinaria que se emplea en el proceso de elaboración y en el proceso de venta es cada vez más sofisticada, utilizando técnicas de impresión 3D o corte con agua, entre otras.



4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

Esta edición ha sido equiparada con la edición de 2020, la mejor edición de los últimos años en términos tanto de visitas como de expositores. Sin embargo, algunas empresas han percibido una disminución en la afluencia de visitantes a sus *stands* respecto a otros años, asociado a un filtrado más riguroso para garantizar la calidad. A pesar de ello, la presencia de estudiantes y familias de hosteleros de pequeño tamaño sigue siendo notable, especialmente durante el fin de semana, ya que técnicamente la organización los incluye dentro de su definición de profesionales. Respecto al tipo de perfil de los visitantes, se observa una disminución en la presencia de distribuidores y un aumento de clientes finales de menor escala.

La confirmación de que SIGEP ha absorbido AB Tech Expo sugiere cambios en la dinámica de la Feria, aunque se prevé que no impactará en las empresas especializadas en maquinaria y tecnología para los sectores presentes, dado que SIGEP era la más reconocida de ambas.

4.2. De la presencia española

Aunque algunas empresas manifestaron no estar conformes con la ubicación de sus *stands* y señalaron problemas de organización, en general, la satisfacción con el evento es predominante.

Entre los desafíos específicos para ingresar en el mercado italiano que han sido mencionados por las empresas españolas visitadas, destacan la madurez del mercado y la lentitud de los procesos comerciales. Italia se encuentra muy regionalizada lo que dificulta tratarla como un bloque homogéneo. Esto significa que contar con un único agente o distribuidor que cubra todo el territorio es complicado.

4.3. De los países competidores

Se observa un cambio significativo en la representación de países expositores en la Feria. En 2023, España ocupaba el segundo lugar entre los países extranjeros participantes, con una numerosa presencia de empresas solo superada por Alemania. Sin embargo, en 2024, España ha descendido al quinto lugar en el número de expositores, perdiendo su posición anterior a favor de Turquía, Francia y Alemania.

5. Anexos

5.1. Recomendaciones

Antes de la Feria:

1. Organice su viaje con antelación. Los precios de los hoteles en Milán suelen subir mucho durante las ferias importantes. En ciudades más pequeñas pero centros feriales importantes, como Rímini o Bolonia y en menor medida Verona, la oferta de hoteles es escasa y es frecuente que los expositores tengan que alojarse en ciudades cercanas.
2. Familiarícese con la página web de la feria. En ella encontrará el catálogo completo de participantes con datos de contacto, así como otras informaciones de interés. Muchos de ellos podrían ser buenos contactos comerciales potenciales.
3. Infórmese acerca del programa de compradores internacionales. Las ferias italianas, con el apoyo de la agencia ICE – ITA, suelen invitar a muchos importadores, algo de lo que se puede beneficiar cualquier participante en la exposición, no solo las empresas italianas.
4. Realice un *mailing* previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su *stand*. Esto debería realizarse con un mes de antelación. Puede solicitar a la Oficina Económica y Comercial información acerca de directorios disponibles de empresas en Italia y de acceso gratuito o solicitar un servicio personalizado de identificación de socios comerciales (sujeto a disponibilidad en el momento de la solicitud).
5. Haga un seguimiento del *mailing*, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos.
6. Recabe información general sobre el mercado: situación económica general y particularidades nacionales.
7. Solicite a la Oficina Económica y Comercial información sobre el sector de interés: Hágase una idea general previa del sector en el país (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.
8. Asegúrese de que su material de presentación está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios como mínimo en inglés. Si es posible, también es muy recomendable tenerlo en italiano.

Durante la Feria:

1. Planifique su tiempo en la feria adecuadamente para poder visitar todos los pabellones de la feria en los que pueda haber competidores o potenciales socios.

2. En Italia, abordar a una empresa en su *stand* “a puerta fría” no es infrecuente, lo importante es no hacerlo cuando los responsables del stand estén ocupados. Un buen momento es al inicio de la feria.
3. Entrevistas: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, anote las condiciones que le proponen, aunque no le interesen, y fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia. Los italianos tienen un gran aprecio por la gastronomía: puede resultar conveniente ofrecerles algún producto gastronómico de España (anchoas del Cantábrico, jamón ibérico o queso manchego son especialmente apreciados). Además, considere tener una cafetera en su *stand*: a los italianos les encanta conversar sobre negocios mientras disfrutan de una taza de café.
4. Observación del producto y los precios de la competencia: Observe las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc.
5. Si habla con otros expositores españoles, intente contrastar su experiencia en el mercado y en la feria. Puesto que las costumbres comerciales de las empresas españolas serán las más parecidas a las suyas, sus comentarios pueden orientarle sobre sus posibilidades y las dificultades reales que va a encontrar en el mercado.
6. Diríjase a los *stands* de las publicaciones profesionales y coja los ejemplares gratuitos: En ellos puede obtener una idea aproximada del sector en el mercado (los líderes del sector, la oferta, las formas típicas de promoción y publicidad). También puede completar su información sobre las publicaciones especializadas para poder decidir en el futuro si realizar una inserción en alguna de ellas.
7. Aproveche el viaje para visitar personalmente los diferentes canales de distribución: Observe las características del producto español y de otros países y sus precios, y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.

Después de la Feria:

1. Cuide los contactos que ha realizado: Envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.
2. Organice y analice la información conseguida: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, dossier de prensa, catálogos, listas de precios de la competencia.
3. Solicite información complementaria a la Oficina Económica y Comercial, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.
4. Desarrolle su estrategia en el mercado, proceda a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.



Medios de transporte:

En avión

- Aeropuerto Federico Fellini, Rímini: se encuentra a 15 minutos de distancia en transporte del recinto ferial (se puede acceder en autobús con la línea 9).
- Aeropuerto Guglielmo Marconi, Bolonia: está a 120 km de distancia del recinto ferial. No obstante, existe un enlace rápido, económico y eficiente que opera todos los días del año coincidiendo con las horas de salida y llegada de los vuelos más importantes. El tiempo de trayecto es de aproximadamente 1 hora y 20 minutos. En el siguiente enlace se pueden consultar los horarios, destinos y precios de este trayecto: https://www.sigep.it/sigep/2023/come-arrivare/sigep2023_navette_aeroporto.pdf

En autobús

Hay varios autobuses que llegan a la Feria. Desde la estación de tren de Rímini se puede acceder con la línea 9, desde Rímini Sur (Miramar) con la 10 y desde Rímini Norte (Torre Pedrera) con la 5.

Además, desde la organización se han puesto a disposición de los usuarios autobuses gratuitos.

- Bus especial A: Rímini Sur (salida de Miramar) ⇌ Feria de Rímini
- Bus especial B: Rímini Marina Centro ⇌ Feria de Rímini
- Bus especial C: Bellaria ⇌ Feria de Rímini
- Bus especial D: Riccione ⇌ Feria de Rímini
- Bus especial E: Rímini Norte (salida de Viserbella) ⇌ Feria de Rímini

En tren

Una vez se llega a la estación de tren de Rímini, que está conectada con las distintas ciudades europeas, puede cogerse el autobús de la línea 9 que lleva directamente a la Feria.

También existe la opción de ir en tren hasta la Feria, mediante la línea Lecce-Milano/Milano-Taranto. Los horarios y billetes pueden ser consultados en la página web de [Trenitalia.](https://www.trenitalia.it)

En coche

El recinto ferial se encuentra en Vía Emilia, 155. Está conectado con la red de autopistas A14. Las dos salidas próximas son Rímini Sur y Rímini Norte, dependiendo de la dirección de procedencia.



En taxi

Para este servicio se puede contactar a Taxi Sharing Rimini (+39 054150020) o a LimoGreen Service (+39 3805959057).

Metromare

Es un nuevo sistema de transporte público que conecta las estaciones de Rímini y Riccione en 25 minutos. Para más información sobre las paradas, horarios y compra de billetes se puede consultar el siguiente sitio web: <https://www.startromagna.it/servizi/metromare/>



5.2. Listado de expositores españoles

TABLA 5. LISTADO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES

N.º	EMPRESA	WEB
1	Barquillos y Galletas Tanis S.L.	www.barquillosygalletastanis.com
2	Cashlogy by Azkoyens S.A.	www.beor.net
3	Copy Valls Con Gelats S.L.	www.cashlogy.com/it
4	Dicarcono S.L.	www.ciberpan.com
5	Especialistas M. Masdeu S.L.	www.copyvalls.com
6	Garcia de Pou S.A.	www.dicarcono.com
7	Granderroble Desserts	www.masdeu.net
8	IBK TROPIC S.A.	www.franciscomoreno.com
9	Icetech S.L.	www.ga-alimentaria.com
10	Inbrooll Industries S.L.	www.garciadepou.com
11	Lacteos Industriales Agrupados S.A.	www.ibktropic.com
12	Nutrient Solutions S.L	icetechice.com/
13	Okin	www.cuokko.com
14	Rume	www.naturefruits.es
15	Salvador Extremiana S.L.	ken-foods.com
16	Sencotel S.L.	www.salvadorextramiana.com
17	Sergel Gelati S.L.	sencotel.com
18	V Air	www.v-air.es
19	Vilbo ediciones y publicidad S.L.	www.vilbo.com
20	Watercut-Metronics Technologies S.L.	www.watercutpastry.com
21	Zumex Group	www.zumex.com

Fuente: Italian Exhibition Group, SIGEP 2024.



5.3. Direcciones de interés

Para recibir más información sobre el certamen puede dirigirse a:

ICEX España Exportación e Inversiones

Paseo de la Castellana, 278
28046 Madrid, España
Tel. +34 913496100

E-mail: icex@icex.es

Web: www.icex.es

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán

Via del Vecchio Politecnico, 3
20121 Milano, Italia
Teléfono: +39 02781400

E-mail: milan@comercio.mineco.es

Web: <https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/IT/contacto/nuestras-oficinas/milan>

La Asociación Española PRODULCE también ofrece ayuda a sus socios en la promoción exterior.

PRODULCE

Velázquez, 64 - 64-3ª – 28001 Madrid, España
Tel. +34 918 372 005

E-mail: produlce@produlce.com

Web: <https://www.produlce.com>

icex

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