



INFORME
DE FERIA

2023



UMAMI ARENA

Lillestrøm, Viken
14-17 de febrero de 2023

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Oslo

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

17 de febrero de 2023
Oslo

Este estudio ha sido realizado por
Jon Ander Ortuondo Mutiozabal

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

<http://Noruega.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-23-015-8



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Otros datos de interés	5
2. Descripción y evolución de la Feria	7
2.1. Organización y expositores	7
2.2. Actividad llevada a cabo por la OFECOME	8
2.3. Presencia española en la feria	8
3. Tendencias y novedades presentadas	11
4. Valoración	12
4.1. Valoración del evento y de la presencia española	12
4.2. Recomendaciones para participar en futuras ediciones	13
5. Anexos	14
5.1. Contacto de la feria	14





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

UMAMI ARENA 2022

Fechas, frecuencia, horarios y lugar de celebración del evento:

- Fechas de celebración del evento: 14, 15, 16 y 17 de febrero de 2023
- Frecuencia, periodicidad: Trienal; toma el testigo de su predecesora SMAK, siendo la primera edición en la que se celebra con este nuevo nombre
- Lugar de celebración: NOVA Spektrum. Messeveien 8, 2004 Lillestrøm, Viken, Noruega.
- Horario de la feria: de martes 14 a miércoles 15 10:00 a 18:00; jueves 16 10:00 a 19:00; viernes 17 10:00 a 16:00.

Precios de entrada y del espacio

El precio de la entrada dirigida al público general para los cuatro días de la feria (sin contar eventos y conferencias especiales) es de 400 NOK, unos 36,59 EUR. Dicho esto, existen otros tipos de entradas disponibles, entre ellas, la entrada completa que incluye el acceso a la conferencia de apertura y cuesta 800 NOK (73,2 EUR), la entrada que da acceso a la conferencia nacional para restaurantes y temas de comida del 15 de enero –por el mismo precio que la anterior– la entrada única para la conferencia de cocina sostenible por 100 NOK, o la entrada para estudiantes, por un precio de 85 NOK.

En cuanto al coste de tener un stand, el precio varía según las dimensiones del mismo; los puestos de entre 12 y 49 m² tienen una tarifa asociada de 2.590 NOK por metro cuadrado (237 EUR aproximadamente), mientras que un stand de más de 50 m² cuesta 2.390 NOK el metro cuadrado (cerca de 219 EUR). Por otro lado, la organización cobra una tasa fija de 5.000 NOK (alrededor de 458 EUR) por expositor, exigiendo la misma cantidad por cada coexpositor.

No obstante, es preciso apuntar que los stands dedicados a las bebidas alcohólicas –que cuentan con una zona propia dentro del recinto– tienen un precio de 1.900 NOK por m² (174 EUR), siendo 9 m² la dimensión mínima permitida para este tipo de exhibidores.

A todos estos precios hay que sumarles el IVA correspondiente.



Sectores y productos representados

La feria acoge a productores, importadores y vendedores de los siguientes sectores:

- Alimentación
- Bebidas sin alcohol
- Bebidas alcohólicas
- Diseño de interiores y exteriores
- Maquinaria de hostelería/restauración/cocina y otros equipamientos
- Recursos humanos para hostelería
- Soluciones digitales

1.2. Otros datos de interés

Como se ha señalado previamente, UMAMI ARENA sucede a SMAK como la mayor feria de alimentación y hostelería de Noruega. Desde 1995 NOVA Spektrum ha acogido regularmente ferias del sector alimenticio, siendo la acogida cada vez mayor en términos de visitantes. Tras la última edición en 2020, que alcanzó cifras de asistencia récord pese a estar marcada por el inicio de la pandemia de COVID-19, el sector retoma su cita trienal con este nuevo nombre, con el objetivo de ofrecer un evento aún más diverso y desarrollar la digitalización del mismo.

Cómo llegar

El recinto ferial se encuentra localizado en el centro de Lillestrøm. Existen diversas opciones para acceder al mismo, entre otras:

- **Tren:** Vy cuenta con trenes que circulan con gran frecuencia desde Oslo S y Lillestrøm. La duración del trayecto es de 11 minutos desde la estación central de Oslo. Los horarios de los trenes se encuentran disponibles en el siguiente enlace (también en inglés): <https://www.vy.no/en>
- **Tren del aeropuerto Gardermoen (Flytoget):** Este trayecto tiene una duración de 13 minutos desde el aeropuerto de Oslo Gardermoen a Lillestrøm. Para más información sobre este medio, se puede llamar al número de teléfono 0047 23 15 90 00 o visitar su página web: www.flytoget.no/en/
- **Bus:** Hay diversos buses que conectan la mayoría de las localidades en el antiguo condado de Akershus con Lillestrøm. Los horarios se encuentran en el siguiente enlace (en inglés): <https://ruter.no/en/>



Contacto

- Torill Engelberg, Directora de UMAMI ARENA (ten@novaspektrum.no)
- Sissel Marie A. Orset, *Key Account Manager* (smao@novaspektrum.no)
- Hege Frøshaug, Consultora de proyectos y *marketing* (hmf@novaspektrum.no)
- Kristoffer Johnsen, *Manager* de ventas (kjo@novaspektrum.no)
- Cecilie Rubach, *Manager* de *marketing* (cru@novaspektrum.no)
- Jon Sandbekk, Consultor técnico (isa@novaspektrum.no)

ICEX



2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Organización y expositores

Como se ha señalado previamente, el centro de conferencias NOVA Spektrum de Lillestrøm albergó esta primera edición de la renombrada UMAMI ARENA. Para la misma, se utilizaron los pabellones C, D, E y F del recinto.

En lo tocante a la presencia internacional, hay que destacar que, si bien no ha habido pabellones nacionales oficiales, la feria ha acogido stands de productores y empresas de hasta 16 países diferentes. La presencia más numerosa ha sido como era esperable, noruega, que ha contado con un total de 358 stands de procedencia nacional. Aun así, UMAMI ARENA ha contado con expositores de los siguientes países, aparte de Noruega:

- Bélgica
- Bulgaria
- Dinamarca
- España
- Finlandia
- Francia
- Grecia
- Hungría
- Indonesia
- Islandia
- Italia
- Países Bajos
- Reino Unido
- Suecia
- Tailandia



En cuanto a las cifras finales, UMAMI Arena 2023 contó con 394 expositores en total, de acuerdo con los datos ofrecidos en la web de la organización. Esto representa una bajada del 10,45 % respecto a la última edición de la feria en 2020 (bajo el nombre de SMAK), en la cual hubo 440 exhibidores oficiales. En términos de asistencia, 25.600 personas visitaron la feria este año; en este sentido también se ha registrado un muy ligero descenso del 0,38 % en comparación con SMAK 2020, la cual alcanzó las 25.700 personas.



2.2. Actividad llevada a cabo por la OFECOME

La Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo estuvo presente en la feria. El segundo día del evento –miércoles 15 de marzo– dos de los miembros de la OFECOME acudieron al recinto NOVA Spektrum en representación de esta. Uno de los principales objetivos fue realizar una evaluación del entorno comercial del sector agroalimentario, en pro de sondear el tipo de alimentos y bebidas más destacados estudiando su procedencia. Además, la visita también estuvo orientada a conocer el alcance, variedad y posicionamiento del producto español en Noruega, ofreciendo el apoyo de la OFECOME a los productores nacionales presentes en UMAMI.

En esta línea, los miembros de la delegación de la OFECOME mantuvieron conversaciones con diversos participantes de la feria. Por un lado, se obtuvo información de importadores noruegos de productos españoles, a los que se les plantearon algunas cuestiones de cara a conocer el posicionamiento competitivo y la evolución de los alimentos y las bebidas españolas en el mercado noruego, así como las dificultades que pudiesen experimentar durante los procesos de importación, distribución y venta. En este sentido, el contacto tuvo también como objetivo establecer una red de contactos situando a la Oficina Económica y Comercial como punto de referencia para posibles colaboraciones o consultas. Al mismo tiempo, se mantuvieron conversaciones con los miembros de las empresas españolas presentes en UMAMI, dirigidas a conocer su experiencia exportadora a Noruega y su situación actual, procediendo a ofrecer la total disposición de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España a asistirles de diferentes maneras.

2.3. Presencia española en la feria

UMAMI Arena contó con la presencia de las siguientes empresas españolas con stand propio:

EMPRESA	DESCRIPCIÓN	ESTAND
Calidor	Dedicada a la venta de estufas ecosostenibles para el sector de la restauración	D07 - 29
Mapal Group	Empresa que ofrece soluciones software para la mejora y optimización del rendimiento en hostelería. En dinámica expansiva, incorporó en diciembre de 2022 a la noruega Savvie.	E05 - 10

Fuente: umamiarena.no

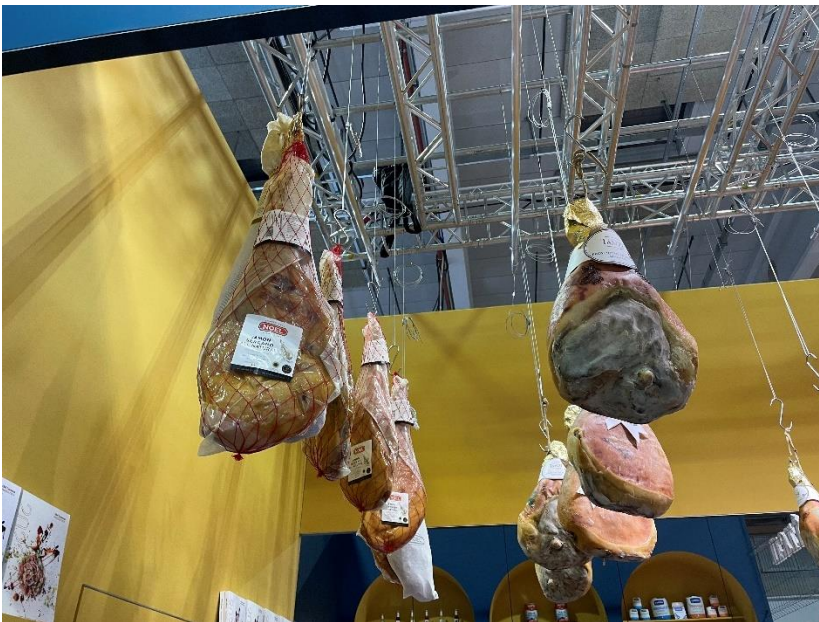
Además de estas, se ha de destacar la presencia física de tres empresas españolas a través de sus respectivos importadores en el país.

EMPRESA	DESCRIPCIÓN	IMPORTADOR	ESTAND
Jamones Blázquez	Empresa dedicada a la producción de jamón ibérico	<i>A la Carte Produkter</i>	D04 - 40
Txogitxu	Especializada en carnes y productos gastronómicos vascos	<i>A la Carte Produkter</i>	D04 - 40
Estrella Galicia	Empresa cervecera	Macks Ølbryggeri AS	E06 - 70

Fuente: umamiarena.no

No se debe dejar de mencionar la presencia de otros productos españoles, entre ellos los embutidos, la cerveza y especialmente el vino entre diferentes stands de importadores noruegos como *Olaf Lorentzen* o *Vingruppen*, entre otros.

ILUSTRACIÓN 1. JAMONES ESPAÑOLES EN EL ESTAND DE OLAF LORENTZEN



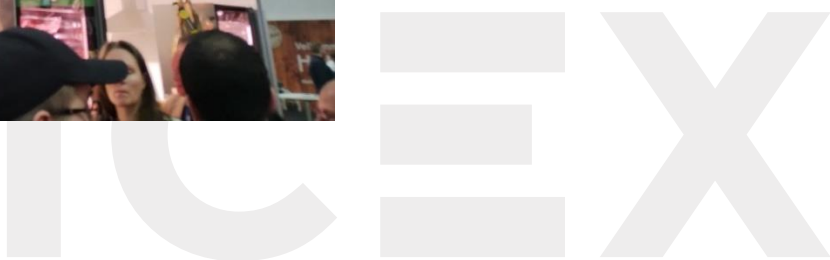
Fuente: OFECOME Oslo.



ILUSTRACIÓN 2. EXHIBIDOR COMBINADO DE TXOGITXU Y JAMONES BLÁZQUEZ ORGANIZADO POR SU IMPORTADOR



Fuente: OFECOME Oslo.





3. Tendencias y novedades presentadas

En términos generales, UMAMI 2023 ha girado sobre tres grandes ejes que se han reflejado tanto en el programa de conferencias y eventos especiales, como en la propia exposición. El primero de ellos ha sido la **apuesta por el talento y la formación** como elementos clave de cara a reforzar y hacer crecer al sector de la hostelería y la restauración en Noruega. Buen ejemplo de ello es el hecho de que la conferencia de apertura de la feria estuviese completamente dedicada a debatir sobre la mejora de la competitividad de la industria hostelera mediante la creatividad y la capacitación profesional, la cual contó con la presencia de la ministra de Agricultura y Alimentación, Sandra Boch.

Muy en sintonía con este primer eje, hay que destacar que la **sostenibilidad** ha sido otro de los *leitmotiv* de la presente edición de UMAMI. En este sentido, la feria contó con múltiples foros en los que la innovación en materia de sostenibilidad ambiental fue el tema de referencia, siendo tratado tanto desde la perspectiva de los productores alimentarios –en términos de producción ecológica, investigación y procesamiento de nuevos alimentos o *food-tech* y reducción de residuos– como desde el punto de vista de las industrias auxiliares. Con relación a estas, se han de destacar varios eventos relacionados con la disminución del uso del plástico en el empaquetado o con las innovaciones en eficiencia energética de las cocinas.

En un tercer plano y como era de esperar, UMAMI 2023 contó con numerosas **exhibiciones y competiciones culinarias**, destacando aquellas vinculadas a la gastronomía noruega, aunque sin dejar pasar por alto tendencias como la cocina vegetariana y vegana o el café.

4. Valoración

4.1. Valoración del evento y de la presencia española

UMAMI 2023 ha marcado el reencuentro de toda la industria alimentaria y de la restauración noruega tras el complicado periodo definido por la pandemia de COVID-19. A pesar del parón de tres años, la feria ha congregado a un número de visitantes casi idéntico al registrado en la última edición de SMAK, celebrada el año 2020, lo cual demuestra una reseñable capacidad de fidelización. En términos generales, UMAMI ha presentado un cartel bastante variado, aportando no únicamente un espacio diverso para el encuentro y la creación de lazos entre el sector de la alimentación local, los productores internacionales y el público general, sino que ha ofrecido una visión más amplia, incluyendo ámbitos como el *food-tech* o la tecnología aplicada a la cocina, más que interesantes a nivel comercial.

Por ello, UMAMI continúa siendo la feria de alimentación de máxima referencia en Noruega, si bien es cierto que la propia naturaleza de este mercado en el país nórdico hace que los productos y las empresas de origen local copen de forma muy clara la presencia en el evento.

En lo respectivo a la presencia española en UMAMI 2023, a pesar de no ser especialmente numerosa, fue relativamente variada. Comenzando por el sector alimentario, la realidad de las dos empresas españolas con stand compartido (organizado por su importador) era diferente. A pesar de que ambas estaban dedicadas especialmente a los cárnicos –aunque también al embutido–, una de ellas contaba con experiencia previa en el mercado noruego, mientras que la segunda participaba por primera vez en la feria. En cuanto a sus impresiones, denotaron un interés creciente por el producto cárnico español particularmente del jamón, aunque aún no demasiado alto. En cualquier caso, una de las cuestiones más repetidas fue la carestía de importar el producto a Noruega debido a los altos aranceles, a pesar de que pueda servir de efecto compensador el alto poder adquisitivo de los consumidores, cuyas preferencias tienden a favorecer la carne porcina. Dicho esto, mostraron gran interés en seguir trabajando este mercado y en participar en posibles eventos de promoción. Es relevante mencionar que, en cuanto a los competidores, un importante importador y vendedor de embutidos y cárnicos apuntó que la presumible rivalidad entre Italia y España por estos productos no era tal, en tanto que tenían nichos de mercado diferenciados.

Por la parte del sector de las **bebidas**, el vino fue indudablemente el producto español más presente. La tónica general según la información provista por importadores noruegos fue que el vino español se encuentra en una tendencia de moderado crecimiento en Noruega. Pese a que el vino italiano, pero sobre todo el francés, lideran claramente las preferencias de los consumidores, la demanda de vino español se encuentra en una dinámica positiva. De acuerdo con las impresiones de los importadores noruegos, esta evolución positiva puede explicarse por factores como la



variedad ofrecida por la industria vinícola española, el encarecimiento de los vinos franceses o la efectividad de las campañas publicitarias (caso de los Rías Baixas) o la popularidad de los espumosos como el cava.

Dicho esto, el hecho de que la venta al por menor del alcohol esté gestionada por el monopolio estatal *Vinmonopole* añade cierta complejidad a la mayor difusión del vino español, en tanto que este actúa con cierta discrecionalidad a la hora de elegir los productos que vende y expone en sus tiendas.

Más allá del vino, también se ha de subrayar la presencia de empresas y marcas españolas de cerveza en la feria, una de ellas –Estrella Galicia– con representación comercial acompañando al importador local. En ambos casos, se pudo comprobar cómo la cerveza española se encuentra en una posición modesta, en gran parte a cuenta de su reciente introducción en el mercado noruego, pero de crecimiento.

Por último, es pertinente destacar el *feedback* obtenido por la única empresa española con stand independiente en UMAMI 2023 (hubo otra más; no obstante, no estuvo presente el día en el que la OFECOME visitó el evento). Esta compañía, dedicada al sector del *software* y los servicios tecnológicos aplicados a la restauración apuntó que venía experimentando un importante crecimiento en Noruega tras la adquisición de una *startup* de su campo meses atrás. Desde la representación local de la empresa, con sede en Madrid, se recalcó el gran potencial que había generado la compra antes mencionada, tanto en capacidad de negocio en la propia Noruega, como en cuanto a potencial para explorar mercados vecinos como el sueco.

4.2. Recomendaciones para participar en futuras ediciones

Tal y como se ha remarcado, UMAMI Arena es la cita de referencia del sector de alimentación y las bebidas en Noruega, sector en el cual las exportaciones españolas al país escandinavo ascendieron a más de 268.000 millones de euros el pasado año 2022. Estos datos confirman el más que significativo peso que esta industria representa con relación a los flujos comerciales de nuestro país con Noruega, por lo que sería deseable que, en futuras ediciones, la participación de empresas españolas fuera progresivamente en aumento. Sería interesante igualmente, diversificar incluso más la presencia de las mismas en lo referente a sus áreas, aprovechando también la disposición que este evento ofrece a empresas de productos auxiliares, mobiliario de hostelería o maquinaria de diverso tipo.

Por otro lado, sería también recomendable continuar trabajando con los importadores locales para consolidar el producto español en más stands. En este sentido, podría ser igualmente interesante fortalecer el contacto con los importadores locales y organizar diferentes eventos de promoción o muestras con productos españoles, idea que concitó cierto interés en la visita de la OFECOME.



5. Anexos

5.1. Contacto de la feria

Para obtener toda la información acerca del desarrollo de la feria, los datos completos sobre asistencia, empresas participantes, conferencias y otras referencias de interés, acudir a la página web oficial de UMAMI 2023 en el siguiente enlace: <https://umamiarena.no/>

Adicionalmente, UMAMI Arena tiene cuenta en Facebook e Instagram, donde se pueden encontrar otras publicaciones, así como fotografías tomadas a lo largo del transcurso de la exhibición.

- facebook.com/umamiarena/
- instagram.com/umamiarena/?hl=es

ICEX

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