



INFORME  
DE FERIA

---

2024



# Salon du fromage et des produits laitiers

**París**

**25-27 de febrero de 2024**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

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

01 de marzo de 2024  
París

Este estudio ha sido realizado por  
Marta González Pellitero e Inés Benguria Ruiz de Aguirre

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

<http://francia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 224240140



# Índice

<b>1. Perfil de la Feria</b>	<b>4</b>
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
<b>2. Descripción y evolución de la Feria</b>	<b>6</b>
2.1. Ubicación	6
2.2. Servicios ofrecidos	7
2.3. Datos estadísticos de participación	7
2.4. Actividades paralelas de la feria	9
2.5. Participación española	11
<b>3. Actividades de promoción</b>	<b>13</b>
3.1. ICEX	13
3.2. Ofecome	14
<b>4. Tendencias y novedades presentadas</b>	<b>15</b>
4.1. Tendencias globales	15
4.2. Tendencias por producto	15
<b>5. Valoración</b>	<b>17</b>
5.1. Del evento en su conjunto	17
5.2. Del sector/producto de la feria	18
5.3. En conjunto	18
<b>6. Anexos</b>	<b>20</b>
6.1. Empresas españolas participantes	20
6.2. Imágenes del evento	21
6.3. Otros enlaces de interés	22



# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

SALON DU FROMAGE ET DES PRODUITS LAITIERS



<b>Fechas de celebración del evento:</b>	Del 25 al 27 de febrero de 2024
<b>Fechas de la próxima edición:</b>	Del 22 al 24 de febrero de 2026
<b>Frecuencia, cuántas ediciones lleva:</b>	Bienal, 18. <sup>a</sup> edición.
<b>Lugar de celebración:</b>	<b>Paris Expo Porte de Versailles, pabellón 7.3</b> 1 Place de la Porte de Versailles, 75015 Paris.
<b>Horario de la feria:</b>	<b>Domingo 25</b> : 9 am – 7 pm <b>Lunes 26</b> : 9 am – 7 pm <b>Martes 27</b> : 9 am – 7 pm
<b>Precios de entrada y del espacio:</b>	Gratuita para los profesionales con invitación. Los precios varían entre los 15 € y los 5 0€ para los visitantes sin invitación. Precio de 10 € para estudiantes.  Estands desde los 6 m <sup>2</sup> , con un precio de 458 €/m <sup>2</sup>
<b>Carácter</b>	Profesional
<b>Tipos de visitantes:</b>	Comerciantes minoristas: tiendas <i>delicatessen</i> , propietarios de tiendas de quesos y productos



lácteos, profesionales relacionados con la gastronomía. Importadores y distribuidores. Hotelería y restauración.

**Transporte:**

En coche: Boulevard Périphérique, todas las salidas, Porte de Versailles

En transporte público:

- **Tranvía** : líneas T2 y T3a ; parada «Porte de Versailles - Parc des expositions».
- **Metro**: línea 12 parada «Porte de Versailles» o línea 8 parada «Balard».
- **Autobús**: línea 80 parada «Porte de Versailles» y línea 39 parada «Desnouettes station».

## 1.2. Sectores y productos representados

El Salon du Fromage es un encuentro organizado por Comexposium, especializado en el queso y otros productos lácteos de gama media-alta, así como productos relacionados: mieles, membrillos, mermeladas y otros dulces de acompañamiento al queso, equipamiento para productores y comercios detallistas de quesos, etc.

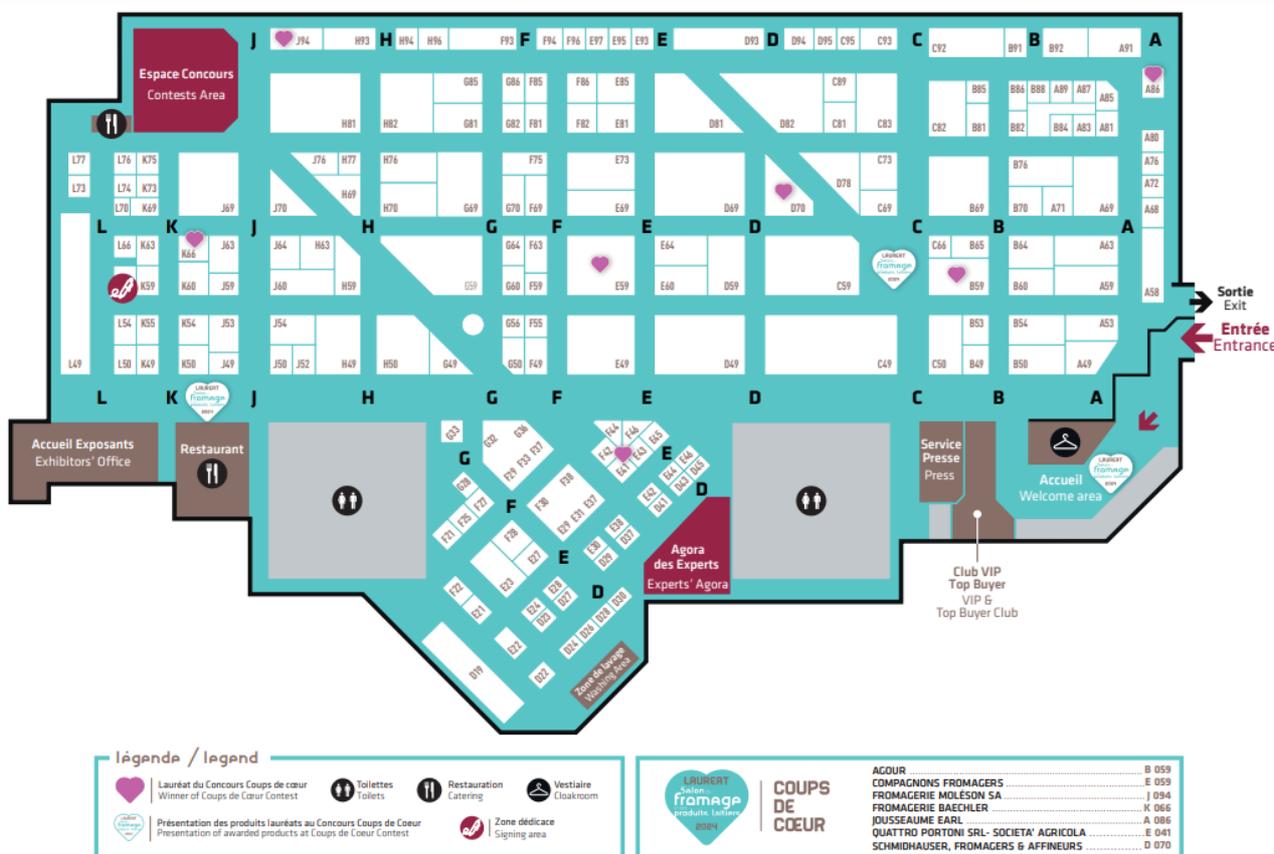
Los franceses son grandes consumidores de queso, tanto que se consumen 27,6 kg de queso al año por persona. Además, el mercado francés **aprecia cada vez más los productos extranjeros**, de ahí la conveniente presencia española en este salón.

## 2. Descripción y evolución de la Feria

### 2.1. Ubicación

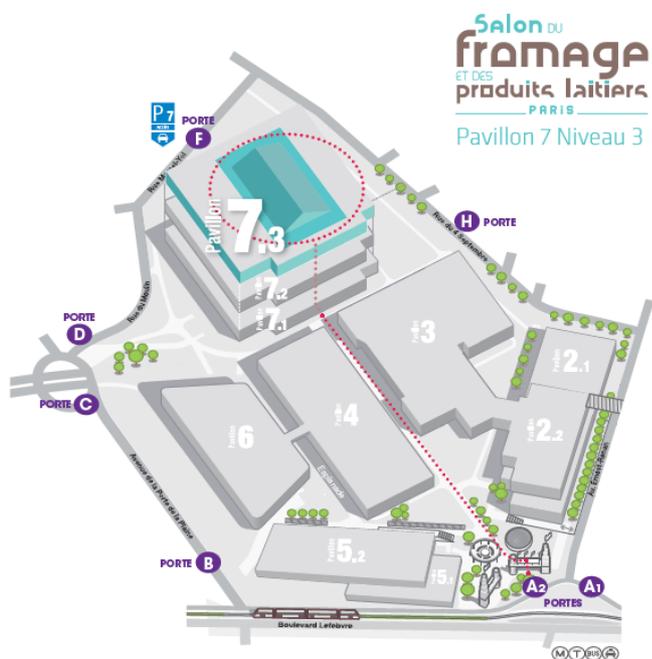
La feria, reservada a los profesionales, tiene lugar en el recinto del Paris Expo Porte de Versailles, que se reparte en 7 pabellones. Concretamente, en esta edición el Salon du Fromage et des Produits Laitiers tuvo lugar en el pabellón 7.3 del recinto, mientras que el resto de los pabellones estuvieron destinados a la celebración del Salón Internacional de l’Agriculture, SIA, abierto al gran público.

ILUSTRACIÓN 1. PLANO DEL PABELLÓN DE SALON DU FROMAGE 2024



Fuente: Salon du fromage, 2024.

## ILUSTRACION 2. LOCALIZACIÓN SALON DU FROMAGE



Fuente: Salon du fromage, 2024.

### 2.2. Servicios ofrecidos

Entre los servicios ofrecidos a los visitantes en la 18.<sup>a</sup> edición del Salon du Fromage se pueden mencionar el guardarropa, zona de restauración, servicio de prensa y el club VIP. También ha habido una zona destinada a las catas y a los concursos que han tenido lugar en la celebración de la feria. Finalmente, desde la organización de la feria se ofrecía una zona de lavado del material utilizado para el *stand*.

### 2.3. Datos estadísticos de participación

Esta edición 2024 del Salon du Fromage et des Produits Laitiers ha acogido un total de 8.000 visitantes y 290 expositores, de los que un 40 % eran empresas internacionales. Respecto a la edición de 2022, el certamen ha ampliado sus fronteras, con un mayor número de visitantes, de expositores y de nacionalidades representadas.



TABLA 1. PAÍSES EXPOSITORES SALON DU FROMAGE 2024

Países expositores	N.º	%
Francia	171	60,9 %
Italia	42	14,9 %
España	28	10 %
Suiza	12	4,3 %
Irlanda	7	2,5 %
Países Bajos	5	1,8 %
Bélgica	4	1,4 %
Reino Unido	4	1,4 %
Grecia	2	0,7 %
Alemania	1	0,4 %
Dinamarca	1	0,4 %
EE. UU.	1	0,4 %
Japón	1	0,4 %
Portugal	1	0,4 %
Suecia	1	0,4 %
TOTAL	281	100 %

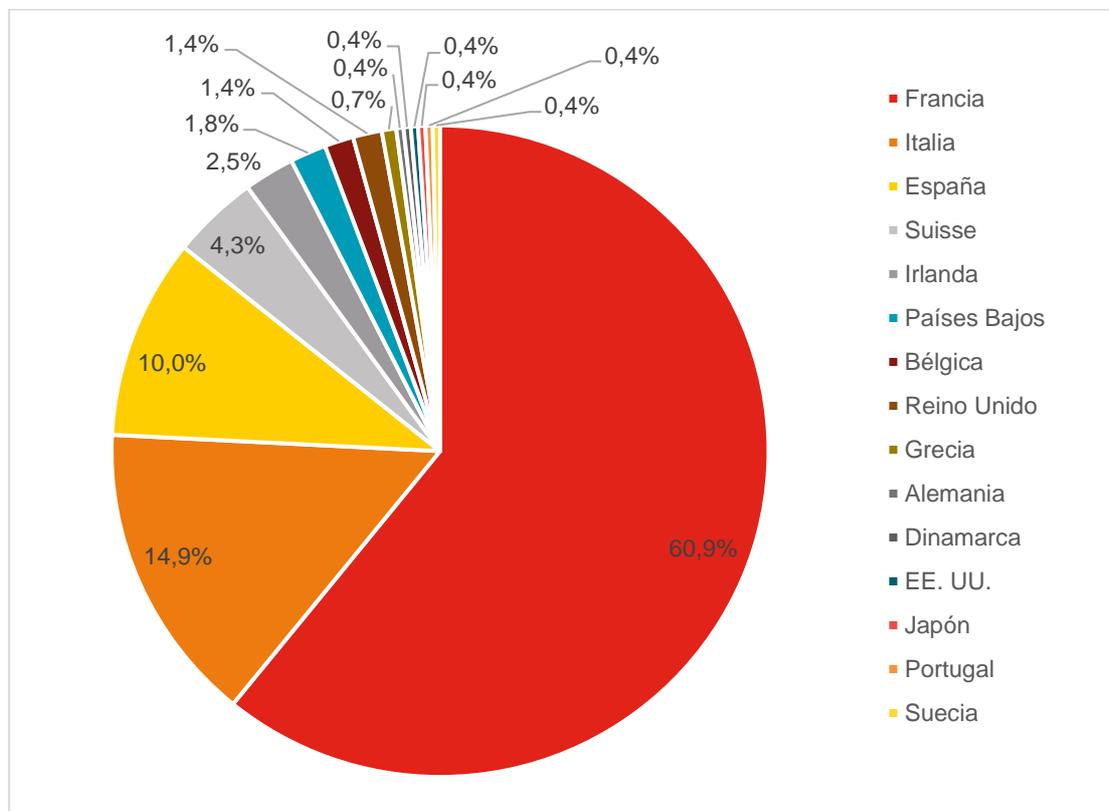
Fuente: Salon du fromage, 2024.

El país con mayor representación en esta 18.<sup>a</sup> edición del Salon du Fromage ha sido Francia, con un total de 171 expositores que suponen el 61 % del total. En segundo lugar, se encuentra Italia, con 42 expositores que representan el 15 % del total. Además, se debe mencionar la participación del organismo ITA, la Agencia Italiana de Comercio Exterior, que acogió en su pabellón a 9 empresas italianas.

En lo que corresponde a la participación española, España es el tercer país con mayor número de expositores. Fueron 28 las empresas españolas que acudieron a esta edición del Salon du Fromage, lo que supone un 10 % del total de expositores. Los organismos institucionales españoles que estuvieron presentes en la feria fueron el ICEX, el ICE (Castilla y León) y la Diputación de Zamora (IFEZA).

Finalmente, también destaca la participación de Suiza, representada por 12 expositores, y de Irlanda, con 7 empresas presentes y un pabellón propio del Bord Bia (organismo irlandés para la promoción de su gastronomía).

GRÁFICA 1. PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL SALON DU FROMAGE 2024



Fuente: Salon du fromage, 2024.

## 2.4. Actividades paralelas de la feria

En la 18.<sup>a</sup> edición de Salon du Fromage se han ofrecido un total de 25 actividades tales como concursos, conferencias y mesas redondas. Destacan los concursos *La Lyre d’Or*, de preparación de tablas de queso; y *Grilled!*, un nuevo concurso destinado a la innovación en las recetas con queso fundido. También se celebró el concurso *Coups de Coeur*, en el que los jueces eligieron a ciegas sus productos favoritos en la feria.

Asimismo, los asistentes podrán disfrutar de 7 talleres de degustación de diferentes variedades de queso, entre otros:

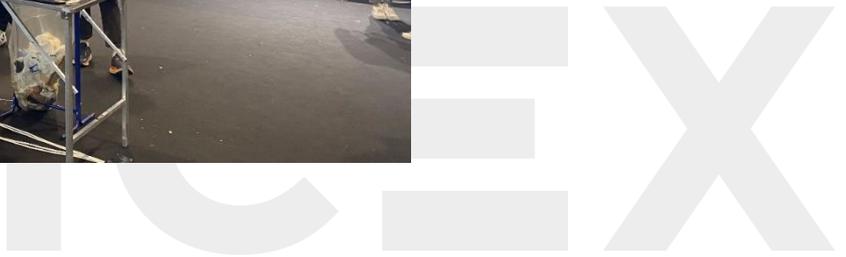
- Degustación guiada e interactiva de variedades de Parmigiano Reggiano (Vacca Rossa, Vacca Bruna, Vacca Bianca, etc.)
- Técnicas de caseología (el arte de la cata de quesos)
- Técnicas de corte de queso



### ILUSTRACIÓN 3. ¡IMAGEN DEL CONCURSO GRILLED!



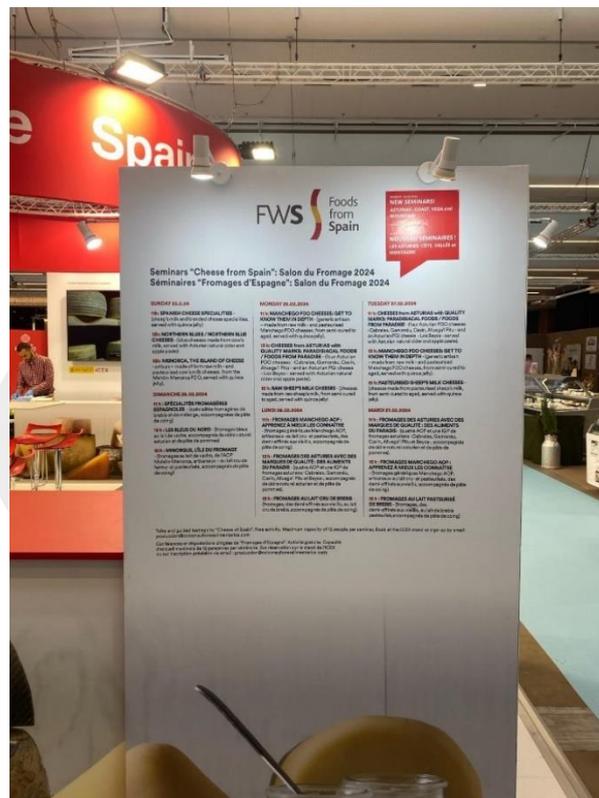
Fuente: elaboración propia.



## 2.5. Participación española

España ha sido el **tercer país** con mayor representación en esta edición del Salon du Fromage 2024, detrás de Francia e Italia. En total, acudieron 28 empresas españolas, agrupadas de distintas maneras. En primer lugar, bajo la representación del pabellón de España gestionado por ICEX, se encontraban las instituciones de ASTUREX y de IPEX, así como las empresas Emily Foods,

### ILUSTRACIÓN 4. PABELLÓN ESPAÑA

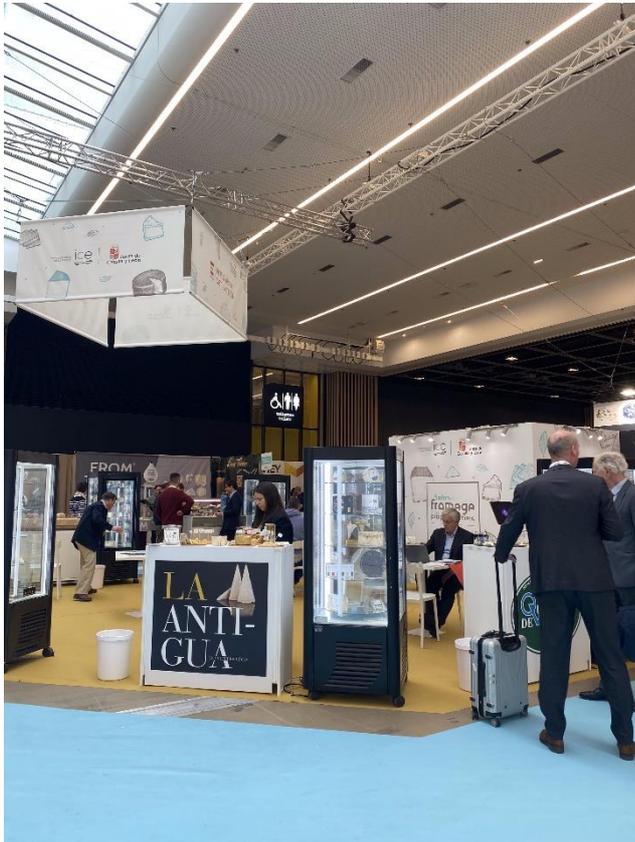


Dehesa Ardales y Quesos de Hualdo. Fuente: elaboración propia

En segundo lugar, el organismo institucional de Castilla y León (ICE) acogió en su pabellón a 10 empresas castellanoleonesas como La Antigua, Queserías Picos de Europa o La Moldera Real, entre otras. Asimismo, uno de los *stands* representó a varias empresas zamoranas bajo la organización de la Diputación de Zamora. Finalmente, fueron 9 las empresas españolas que acudieron de forma independiente al Salon du Fromage.

Dentro de los productos ofrecidos por las empresas españolas, al ser una feria tan especializada, casi todas las empresas mostraron las variedades de queso de sus portafolios, mientras que dos empresas se dedicaban a productos para acompañar el queso, como membrillos o fruta confitada.

ILUSTRACIÓN 5. STAND CASTILLA Y LEÓN



Fuente: elaboración propia.



## 3. Actividades de promoción

### 3.1. ICEX

Desde ICEX se ha organizado un Pabellón de España en el que participaban 3 empresas (Dehesa Ardales, Quesos de Hualdo y Emiliy Foods) y 2 regiones españolas (Asturias, bajo el organismo ASTUREX, y Castilla-La Mancha, con IPEX). El objetivo ha sido dar a conocer la amplia oferta de quesos y complementos del queso españoles a los profesionales que visitan cada año el Salon du Fromage de París.

Asimismo, desde el pabellón se ha ofrecido, por priemr vez en el marco de esta feria, una zona de degustación de distintos quesos de España, en la que, cada hora y media, se ofrecían diferentes clases de queso de marcas españolas. Estos quesos también se utilizaron para las tres degustaciones guiadas que cada día llevaba a cabo el maestro quesero Enric Canut junto a su equipo. Entre otros, se ofrecieron quesos de la DOP Mahón, quesos DOP Manchego, así como una serie de quesos asturianos, todos ellos acompañados por distintas clases de membrillo.

#### ILUSTRACIÓN 6. DEGUSTACIÓN OFRECIDA POR ENRIC CANUT



Fuente: elaboración propia.

### 3.2. Ofecome

En representación de la Ofecome visitaron la feria la consejera jefa, María Paz Ramos, el Consejero Comercial, Javier Parra.

El responsable del departamento Agroalimentario en la Ofecome, Michel Budaï y las dos becarias AGRO de esta Ofecome, Marta González, becaria de la Cámara de Comercio de Madrid, e Inés Benguria, becaria ICEX estuvieron en el pabellón y en la feria para recoger las sugerencias y opiniones de los expositores españoles con el fin de valorar la feria en su conjunto y el interés en el mercado francés.

De igual manera, se aprovecharon estos encuentros para presentar las posibilidades de apoyo de la Ofecome en el ámbito de los servicios personalizados y de actividades de promoción en el mercado francés.

Cabe destacar la visita, el domingo 25 de febrero, del Ministro de Agricultura, Marc Fesneau que inauguró la feria y se acercó al pabellón español como parte de su recorrido, donde tuvo la ocasión de conversar con el Consejero Comercial Javier Parra.

#### ILUSTRACIÓN 7. ENCUENTRO CON EL MINISTRO DE AGRICULTURA MARC FESNEAU



Fuente: elaboración propia.

## 4. Tendencias y novedades presentadas

### 4.1. Tendencias globales

El mercado de queso en Francia se encuentra en un proceso de cambio muy importante, tanto en las formas de consumo como en las preferencias de los consumidores en cuanto a las distintas variedades de queso.

Por un lado, a pesar de que la costumbre en Francia haya sido siempre el consumo del queso como último plato en las comidas, las **necesidades de los consumidores están evolucionando**. En los últimos años el aperitivo y las comidas para llevar se han convertido en momentos importantes en el consumo de queso, que ya no encuentra su lugar solo al final de una comida. Por ello, el consumidor actual prefiere comprar el queso en formatos más pequeños o fáciles de consumir en cualquier momento y lugar.

Por otro lado, se ha observado en esta edición de la feria un especial **interés por la artesanía y la producción tradicional** del queso. Los consumidores aprecian cada vez más el producto artesanal, la historia de las pequeñas granjas locales, frente a los quesos fabricados en grandes superficies industriales. Se busca la calidad, la sostenibilidad y el respeto al medioambiente.

Finalmente, el Salon du Fromage cuenta cada vez con más presencia internacional en sus expositores, lo que demuestra la curiosidad de los consumidores por probar nuevos sabores de queso, a pesar de la enorme diversidad de quesos que se pueden encontrar en el mercado francés.

### 4.2. Tendencias por producto

Como se ha mencionado, las necesidades del consumidor de queso están evolucionando. En esta edición del Salon du Fromage esta tendencia se ha visto reflejada tanto en el formato de cortado y venta del queso como en la variedad de sabores ofrecidos.

En cuanto al corte y empaquetado del queso, existe una tendencia por los **formatos cada vez más pequeños**. Se ha observado que muchos productores ofrecían cuñas de queso precortadas, con paquetes que se pueden abrir y cerrar con facilidad sin que el queso pierda su calidad. También destaca el **formato snack**, en envases individuales que permiten consumir el queso de forma fácil y sin necesidad de cortarlo. Un ejemplo de ello es el queso en bolitas, que se pueden consumir de un solo bocado.

Asimismo, algunos de los expositores españoles mencionaron la **especialización** que se observaba en los distintos *stands*. Al ser una feria destinada a un solo producto, los productores buscaban la

diferenciación ofreciendo **sabores distintos e innovadores**. Por ello, se ha observado en la feria que muchos de los quesos estaban recubiertos por especias o hierbas que le dieran distintos sabores, o algunos quesos tenían más ingredientes como pesto, cecina o trufa.

#### ILUSTRACIÓN 8. NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO



Fuente: elaboración propia.

## 5. Valoración

### 5.1. Del evento en su conjunto

La 18.<sup>a</sup> edición del Salon du Fromage acogió un total de 8.000 visitantes y 290 expositores, de los que un 40 % eran empresas internacionales. En la edición de este año se ha contado con más visitantes y expositores que en 2022, y la presencia internacional ha aumentado.

Por lo general, las empresas españolas estaban **satisfechas con la organización de la feria**, aunque destacaron que no había suficiente iluminación y que la señalización era algo confusa, faltando señalización vertical para poder identificar los pasillos dentro del pabellón. Además, se destacó la **escasez de restauración**. Finalmente, muchas empresas mencionaron la **falta de una zona específica de reunión** que fuera ajena a los *stands*.

En cuanto al pabellón España, las empresas y organismos que participaron quedaron muy satisfechos con su diseño, la rotulación y su iluminación, así como la ubicación del mismo en el hall. Todos estos elementos han contribuido en dar visibilidad al producto español y hacía que el stand llamara la atención de los visitantes.

Asimismo, la nueva zona dedicada a las catas ha sido valorado positivamente por las empresas expositoras, ha sido un punto de atracción de los visitantes y los seminarios impartidos daban mucha vida al conjunto del pabellón.

Asimismo, es importante hacer referencia a algunas de las respuestas obtenidas en las encuestas realizadas a las empresas españolas. Por un lado, la mayoría de las empresas habían acudido a ediciones anteriores de esta feria, y destacaron que en esta edición había **mayor afluencia** de visitantes que en la de 2022, sobre todo por las restricciones que había ese año debidas a la pandemia.

Por otro lado, las empresas españolas consideran que se trata de un evento con un **coste muy elevado**, por lo que muchas de ellas están considerando aún su asistencia a la edición del 2026. Concretamente, el 25 % de los expositores españoles lo decidirán una vez hayan analizado los resultados de esta edición de la feria. Además, muchas de ellas consideran que es imprescindible acudir bajo la representación de un organismo estatal o autonómico, ya que se trata de pequeños productores que no podrían haber acudido sin la ayuda de estas instituciones.

En último lugar, las empresas entrevistadas opinaron que la **duración de la feria es excesiva**. Muchas creyeron que tres días para una feria tan pequeña era demasiado tiempo, y que el primer



día la afluencia es escasa, al ser domingo. Además, opinaron que el horario era demasiado amplio, y que la hora de cierre era muy tarde, sobre todo para una feria celebrada en Francia.

## 5.2. Del sector/producto de la feria

El Salon du Fromage es una **feria muy especializada**, cuyos expositores eran principalmente productores de queso. Por ello, se trata de una oportunidad muy **interesante para los pequeños productores** artesanales que desean darse a conocer en el mercado. Además, a pesar de que la feria mantenga un carácter claramente francés, en esta edición el número de visitantes extranjeros ha aumentado. En este sentido, el perfil del visitante no es sólo francés o europeo, sino que en esta edición la presencia internacional ha sido destacada, sobre todo mencionando a los visitantes estadounidenses.

Una característica muy clara de esta feria es la **profesionalidad y la calidad de los visitantes**. A pesar de que la afluencia no ha sido para muchos expositores la esperada, algo en lo que estaban de acuerdo las empresas españolas es en la calidad de los contactos creados.

Asimismo, muchas de las empresas españolas acudían a otras ferias alimentarias, tales como SIAL, Alimentaria en Barcelona, Bra en Italia, Fancy Foods en Nueva York, etc., aunque consideran que son ferias más generalistas. Por ello, casi la totalidad de las empresas consideran que para el mercado del queso **la feria más relevante es el Salon du Fromage**, al ser más especializada y profesional, a pesar de que aún tiene un marcado carácter francés.

## 5.3. En conjunto

El Salon du Fromage se presenta como el **principal encuentro del sector del queso**, al estar focalizado únicamente en este producto. Desde la OFECOME de París se recomienda a las empresas españolas que estén interesadas en acudir a esta feria, que primero hagan un viaje de **prospección inicial** y así poder analizar los potenciales beneficios de la participación en la misma.

En caso de que se decida acudir a la feria como expositor, será importante preparar la estancia con la suficiente antelación. Es importante **contactar previamente a los distribuidores** que ya tiene la empresa para agendar citas con ellos y enseñarles las novedades de la empresa, así como con potenciales clientes con los que se esté empezando a negociar. Las visitas espontáneas no suelen ser suficientes, por lo que es necesario **realizar una labor previa** para establecer contactos comerciales y concretar visitas.

También se debe mencionar que, si la empresa española está interesada en contactar con clientes y distribuidores franceses, el **manejo del idioma es imprescindible**. A pesar de que en la feria un alto porcentaje de visitantes sea internacional, sigue siendo una feria muy francesa, por lo que saber comunicarse en francés es muy necesario. El mercado francés es un mercado difícil, sobre todo si



no se habla correctamente el idioma, ya que es un factor que los clientes franceses consideran importante.

Por último, desde la OFECOME de París se ofrece un catálogo de servicios personalizados que puede resultar interesante y de gran utilidad para las empresas que busquen socios o agentes comerciales en Francia.

icex

## 6. Anexos

### 6.1. Empresas españolas participantes

FIGURA 1 EXPOSITORES ESPAÑOLES SALON DU FROMAGE 2024

Listado con el nombre de la empresa y estand

Nombre	Estand
ARADAI	H081
ARTEQUESO	E042
ASTUREX	D069
CANTAGRULLAS	D082
DEHESA ARDALES S.L.	D069
EL GRAN CARDENAL S.A.	D082
EMILYFOODS	D069
EVOOTRADE SL	A071
IFEZA ZAMORA GLOBAL MISION	D022
IPEX	D069
LACTEAS ZAMORO	D082
PAIARROP	A089
QUESABORES DE OREA SOCIEDAD MICO COOPERATIVA	D027
QUESERIA ARTESANAL LA MOLDERA REAL S.L.	D082
QUESERIA CAMPOVEJA	D082
QUESERIA LA ANTIGUA	D082
QUESERIA LOS PAYUELOS	D082
QUESERIAS PICOS DE EUROPA, SL IGP QUESO DE VALDEON	D082
QUESOS DE HUALDO S.L.	D069
QUESOS EL PASTOR	D082
QUESOS MARQUÉS DE MENDIOLA	D041



QUESOS REVILLA	D082
QUESO REY SILO	F059
QUORUM THE SPANISH FINE CHEESE COMPANY	H069
SPANISH CHEESE, S.L.	F082
THINK MEDITERRANEAN S. L	H069

## 6.2. Imágenes del evento





### 6.3. Otros enlaces de interés

- Información práctica de la feria:  
<https://www.salon-fromage.com/fr-FR/infos-pratiques>
- Enlace a la lista de expositores:  
<https://www.salon-fromage.com/fr-FR/recherche>
- Fotos del evento:  
<https://www.salon-fromage.com/fr-FR/le-salon/le-salon-en-images>
- Actividades de la feria:  
<https://www.salon-fromage.com/fr-FR/temps-forts>
- Enlace área de prensa:  
<https://news.salon-fromage.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](mailto:informacion@icex.es)

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

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**icex** España  
Exportación  
e Inversiones