



INFORME
DE FERIA

2024



GIC / Grocery Innovations Canada

Toronto
29-30 de octubre de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Toronto

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

10 de diciembre de 2024
Toronto

Este Informe de Feria ha sido realizado por
Maria Llambrich Arias

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

<http://canada.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
2. Descripción y evolución de la Feria	5
2.1. Organización de la feria	5
2.2. Patrocinadores y <i>sponsors</i>	7
2.3. Servicios ofrecidos	8
2.4. Participación española	9
2.5. Datos estadísticos de participación	9
3. Tendencias y novedades presentadas	11
3.1. Tendencias globales	11
4. Valoración	12
5. Anexos	13
5.1. Transporte	13
5.2. Direcciones de interés	14
5.3. Fotos	14





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

GIC 2024 – Grocery Innovations Canada

Fechas de celebración del evento	29 – 30 de octubre de 2024
Fechas de la próxima edición	Octubre 2025
Frecuencia	Anual
Lugar de celebración	Toronto Congress Centre
Horario de la feria	11:00 a 16:30
Precios de entrada (edición 2024)	<p>Early Bird (antes del 29 de septiembre):</p> <ul style="list-style-type: none">• Retailer: 60 CAD• No retailer: 339 CAD <p>Regular:</p> <ul style="list-style-type: none">• Retailer: 70 CAD• No retailer: 389 CAD
Precios del espacio	<p>Antes 29 de septiembre:</p> <ul style="list-style-type: none">• Miembro:<ul style="list-style-type: none">○ 100 – 400 ft²: 23,50 CAD○ 500 – 1.000 ft²: 23,00 CAD○ + 1.000 ft²: 22,50 CAD• No miembro:<ul style="list-style-type: none">○ 100 – 400 ft²: 26,50 CAD○ 500 – 1.000 ft²: 26,00 CAD○ + 1.000 ft²: 25,50 CAD <p>Después 29 de septiembre:</p> <ul style="list-style-type: none">• Miembro:<ul style="list-style-type: none">○ 100 – 400 ft²: 26,50 CAD○ 500 – 1.000 ft²: 26,00 CAD○ + 1.000 ft²: 25,50 CAD• No miembro:<ul style="list-style-type: none">○ 100 – 400 ft²: 29,50 CAD○ 500 – 1.000 ft²: 29,00 CAD○ + 1.000 ft²: 28,50 CAD



2. Descripción y evolución de la Feria

Grocery Innovations Canada (GIC) es uno de los eventos B2B más destacados para las empresas del sector alimentario en el país. Durante dos días, productores, distribuidores y proveedores de alimentos y bebidas se reúnen para conectar y fortalecer relaciones comerciales. En esta decimoquinta edición, el evento no solo ha facilitado encuentros estratégicos, sino que también ha ofrecido un programa completo de conferencias y exhibiciones donde se presentaron las últimas tendencias, innovaciones y opiniones de expertos del sector.¹

El evento destaca por su enfoque en las últimas tendencias e innovaciones de la industria, ofreciendo a los asistentes una visión integral del mercado. Su programa incluye conferencias con expertos del sector que abordan temas como sostenibilidad, nuevas tecnologías, estrategias de marketing y cambios en los hábitos de consumo.

Además, GIC cuenta con una exhibición de productos de última generación, desde alimentos gourmet hasta soluciones tecnológicas para la cadena de suministro, lo que lo convierte en una plataforma esencial para explorar oportunidades de negocio y mantenerse a la vanguardia en un sector en constante evolución.

2.1. Organización de la feria

Con más de 550 expositores, 1500 empresas participantes y un espacio de más de 12,077.4 metros cuadrados, los pabellones del Grocery Innovations Canada (GIC) están diseñados para destacar lo mejor del sector alimentario y brindar una experiencia única a los asistentes.²

Entre los pabellones imprescindibles se encuentran *Sustainability Sentral*, Ontario y el área para expositores que participan por primera vez, *First Timers*. Además, los visitantes podrán aprovechar ofertas exclusivas disponibles únicamente durante el evento.

En la entrada, el área de *New Product Showcases*, ubicada en el lobby principal, exhibe las últimas tendencias e innovaciones, ofreciendo la oportunidad de explorar las novedades más destacadas del sector.

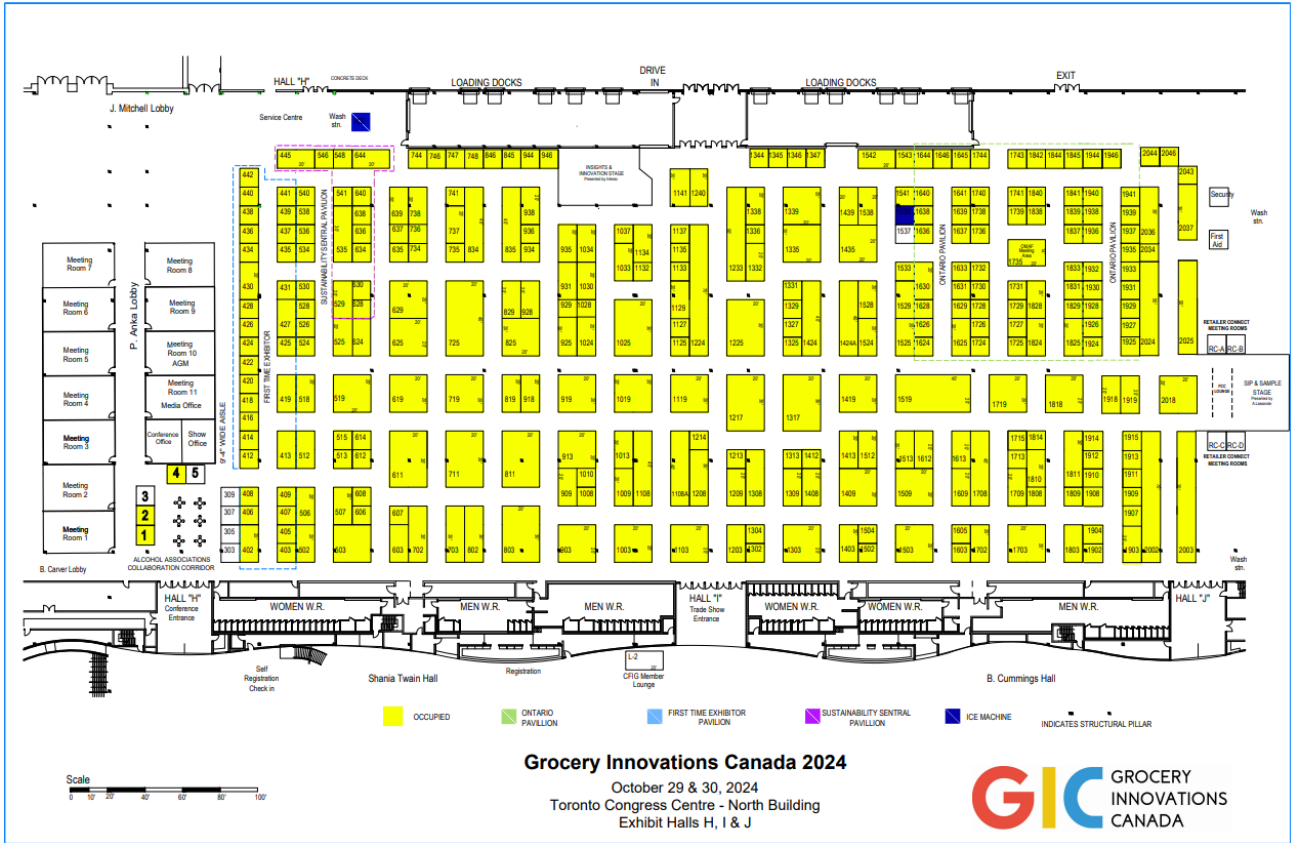
A continuación se puede observar cómo se estructuraron las empresas participantes:

¹ <https://groceryinnovations.com/>

² *GIC Show Brochure*



GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN EMPRESAS PARTICIPANTES



Fuente: GIC Show Brochure



2.2. Patrocinadores y sponsors

La feria GIC contó los patrocinadores que se pueden observar en la siguiente imagen:





2.3. Servicios ofrecidos

Durante los dos días de la feria se abordaron las siguientes sesiones:

TABLA 1: SESIONES FERIA GIC

Día	Hora	Título	Ponente(s)	Descripción
29 de octubre	12:00 PM - 12:30 PM	Food Means the World to Us	Tony Chapman, presentador del programa de radio y podcast <i>Chatter that Matters</i>	Se exploró el panorama cambiante del mercado de comestibles en Canadá con Tony Chapman, quien analiza tendencias clave como el aumento de la frecuencia de compras, el comportamiento híbrido, y la sensibilidad al precio.
	1:00 PM - 1:30 PM	Holiday Entertaining with Prime RWA Chicken Breast	Chef Sam Lazuric (Maple Leaf)	Chef Sam Lazuric presentó soluciones creativas y sostenibles para comidas festivas, incluyendo prácticas de <i>upcycling</i> .
	2:00 PM - 2:30 PM	Winning with Today's Grocery Consumer	Jason Beales (AIR MILES) y Tony Chapman	Discusión sobre cómo los independientes y las empresas de bienes de consumo (CPGs) pueden utilizar programas de lealtad y estrategias promocionales para atraer clientes y hacer crecer sus negocios.
	3:00 PM - 3:30 PM	Explore the World of Mocktails	Erik Mili (Maison Perrier CHIC)	Erik Mili analizó la creciente popularidad de los <i>mocktails</i> y las preferencias de los consumidores.
30 de octubre	12:00 PM - 12:30 PM	Detailed Loss Prevention Programs	Stephen O'Keefe (Bottom Line Matters)	Stephen O'Keefe ofreció soluciones probadas para la prevención de pérdidas en <i>retail</i> , proporcionando una guía detallada y paso a paso sobre cómo implementar programas eficaces para reducir pérdidas y mejorar las operaciones comerciales.
	2:00 PM - 2:30 PM	Harnessing Gen AI: A Competitive Edge for Grocery Retailers	Rachel Loui (Strategic Growth Factor)	Rachel Loui explicó cómo utilizar de manera óptima herramientas gratuitas de inteligencia artificial generativa, como ChatGPT y Gemini, para obtener <i>insights</i> valiosos sobre el negocio y obtener una ventaja competitiva en el sector minorista.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de: <https://groceryinnovations.com/>



2.4. Participación española

A pesar de que la participación española en la feria no fue significativa, se pudieron observar varios productos españoles. Por un lado, la empresa GBS Food Service Equipment Inc. exhibió maquinaria española, como ZUMMO y FAGOR. Por otro lado, durante las conversaciones con las empresas Tree of Life y Papille Cuisine, se mencionó que también tenían productos españoles.

Además, se pudo observar que empresas como Arbutus Farms, especializadas en la preparación de arroces precocidos, ofrecían un producto que simulaba la paella y se comercializaba bajo el nombre de "paella".

2.5. Datos estadísticos de participación

La edición de 2024 de la feria contó con más de 5.600 asistentes, más de 500 expositores y más de 1.400 empresas representadas. Destacó un incremento del 25% en nuevos expositores respecto al año anterior, con un 73% de expositores locales y un 27% de países representados a nivel global.³

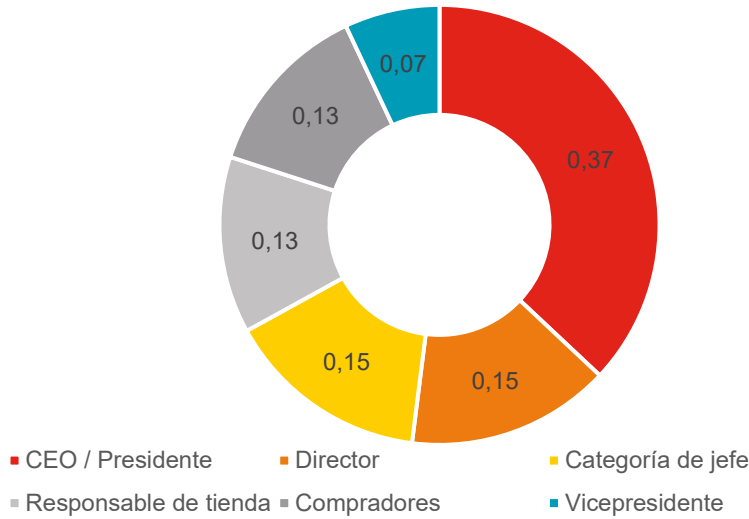
Entre las categorías de productos presentadas se incluyeron productos frescos, congelados, lácteos, carnes y mariscos, comidas preparadas, charcutería, panadería, productos de consumo habitual y tecnología aplicada a la alimentación.

Participaron países como Canadá, Francia, India, México, Corea del Sur y Estados Unidos. Además, más del 90% de los asistentes encuestados afirmaron tener intención de realizar compras o tomar decisiones de compra durante el evento.

Respecto al perfil del visitante, en la siguiente gráfica se puede observar la distribución de perfiles que visitaron la feria:

³ GIC Brochure

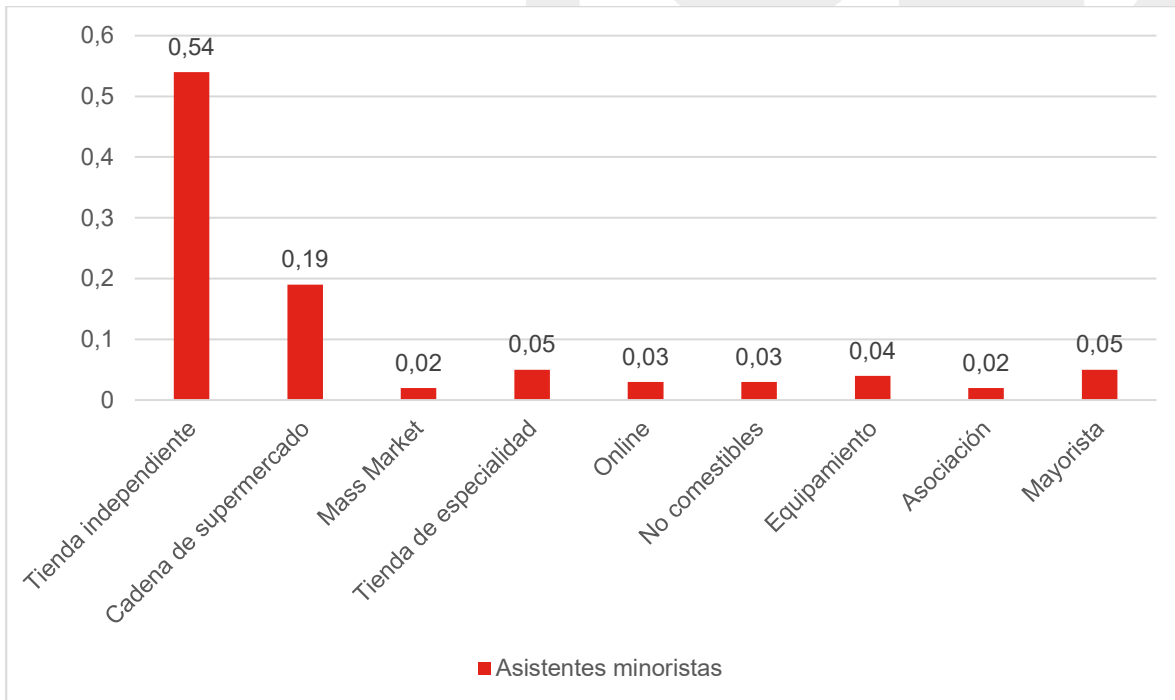
GRÁFICO 2: PERFIL DEL VISITANTE



Fuente: Elaboración propia a partir del *GIC Brochure*

Por otro lado, los asistentes minoristas se distribuyeron de la siguiente forma:

GRÁFICO 3: TIPO DE ASISTE MINORISTA



Fuente: Elaboración propia a partir del *GIC Brochure*



3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Tendencias globales

Algunas de las tendencias que se abordaron incluyen:

- **Productos Saludables:** Durante la feria, se evidenció un interés creciente por parte de los consumidores en productos que prioricen ingredientes naturales y sean ricos en nutrientes. Los expositores resaltaron la importancia de reducir los aditivos y enfocarse en beneficios funcionales, como alimentos que refuercen el sistema inmunológico, favorezcan la salud digestiva o proporcionen energía sostenida. Esta tendencia responde a una mayor conciencia sobre la conexión entre alimentación y bienestar, impulsando la oferta de productos orgánicos, sin procesar y con etiquetas limpias.
- **Opciones Veganas:** La innovación en el segmento de productos veganos fue un punto central en GIC. Desde alternativas a la carne con texturas y sabores cada vez más realistas, hasta quesos sin lácteos elaborados a partir de frutos secos o legumbres, los expositores demostraron un compromiso con la sostenibilidad y la inclusividad alimentaria. Estas opciones no solo atraen a veganos, sino también a consumidores que buscan reducir su consumo de productos de origen animal sin sacrificar el sabor ni la calidad.
- **Bebidas Sin Alcohol:** El interés por bebidas sin alcohol continúa consolidándose como una tendencia clave en la industria. Los consumidores están adoptando estilos de vida más saludables, lo que ha impulsado la creación de alternativas sofisticadas como cócteles sin alcohol, cervezas artesanales sin alcohol y vinos desalcoholizados. Los expositores presentaron opciones que no solo replican el sabor y la experiencia de las bebidas tradicionales como el vino, cerveza etc., sino que también incorporan ingredientes funcionales como hierbas relajantes, añadiendo un valor adicional para el consumidor.
- **Digitalización del Sector:** La feria destacó cómo la tecnología está transformando la industria alimentaria en múltiples frentes. Los expositores presentaron soluciones innovadoras como plataformas de comercio electrónico más intuitivas, sistemas de gestión de inventario basados en inteligencia artificial y herramientas para personalizar la experiencia del cliente. Además, se subrayó el papel de los datos en tiempo real y la automatización para mejorar la eficiencia operativa y anticiparse a las necesidades cambiantes de los consumidores.



4. Valoración

La feria GIC se posiciona como una de las principales citas del sector alimentario en Canadá, siendo un evento clave para conocer las últimas tendencias del mercado. En esta feria, numerosas cadenas de supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos delicatessen exhiben tanto sus productos más innovadores como aquellos que son sus grandes éxitos comerciales.

Este evento constituye una herramienta estratégica para establecer contacto directo con empresas y profesionales del sector, explorar posibles oportunidades de negocio y fortalecer relaciones con cadenas y tiendas interesadas en productos del mercado español. Permite a los asistentes identificar necesidades específicas y áreas de interés para los importadores locales.

Además, en la feria GIC se presentan las innovaciones que llegarán a los supermercados en la próxima temporada. Los productos expuestos abarcan desde artículos básicos de alimentación, hasta opciones más sofisticadas que se están integrando progresivamente en la dieta habitual del consumidor canadiense.

La asistencia de la Oficina en esta feria es fundamental para detectar nuevas tendencias en el sector alimentario, identificar empresas importadoras canadienses con potencial interés en productos españoles y realizar *networking*. Este último punto resulta especialmente valioso para generar contactos que puedan facilitar la entrada y consolidación de empresas españolas en el mercado canadiense, maximizando las oportunidades comerciales.

5. Anexos

5.1. Transporte

TABLA 1: TRANSPORTE A FERIA GIC

Transporte público	Rutas de metro y autobús TTC	Metro hasta la estación Kipling (línea 2, Bloor-Danforth). Desde Kipling, tomar el autobús 45A Kipling hacia Dixon Road y bajar cerca del Toronto Congress Centre	3.35 CAD	Desde Union Station 54min aprox
Go Transit	UP Express	Tren dirección al aeropuerto de Pearson y bajar en Weston . En Weston coger el autobús 52B hacia Dixon Road y bajar cerca del Toronto Congress Centre.	Desde 4.40 CAD	Desde Union Station 45min aprox
Transporte propio		El Toronto Congress Centre ofrece estacionamiento gratuito en el lugar		Desde Union Station 27min aprox
Taxi	Desde YYZ Desde Union Station		20 CAD aprox 50 CAD aprox	8 min aprox 27 min aprox
Uber / Lyft	Desde YYZ Desde Union Station		10 CAD aprox 25 CAD aprox	8 min aprox 27 min aprox

5.2. Direcciones de interés

- Programa completo del 2024: <https://groceryinnovations.com/schedule>
- Página web de la feria: <https://groceryinnovations.com/>
- Manual del expositor: <https://groceryinnovations.com/exhibitor-manual>

5.3. Fotos

A continuación, se incluyen fotos tomadas durante la feria.

- **Productos saludables:**





- **Productos veganos:**



- **Maquinaria española:**



- Imitación a la paella española:



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