



INFORME
DE FERIAS

2018



M.A.D.E. Marques Associées Distribution Event

París
20-21 de marzo 2018

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



26 de marzo de 2018
París

Este estudio ha sido realizado por
Mahan Goudarz y Mireia Prats Martí

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

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



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	6
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecomex	7
2. Descripción y evolución de la Feria	8
2.1. Organización	8
2.2. Expositores	10
2.3. Datos estadísticos de participación	10
3. Tendencias y novedades presentadas	12
4. Valoración	14
4.1. Del evento en su conjunto	14
4.2. De la participación española y principales países competidores	14
4.3. Recomendaciones	16
5. Anexos	17
5.1. Listado de empresas españolas participantes	17
5.2. Fotos	18





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

M.A.D.E. - MARQUES ASSOCIÉES DISTRIBUTION EVENT



* Marques Associées Distribution Event



Ámbito:	Marcas blancas para las cadenas de distribución
Fecha de celebración:	20-21 de marzo de 2018
Edición:	Segunda edición (Tras 15 ediciones como MDD Expo)
Fecha de la próxima edición:	19-20 de marzo de 2019
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	Pabellón 7.1- Parque de exposiciones París Porte de Versailles
Horario de la feria:	De 9 a 18h el martes 20 de marzo De 9 a 17h el miércoles 21 de marzo
Precio de la entrada:	Gratuito para profesionales, previo registro en la página web de la feria para solicitar la entrada por internet.
Medios de transporte:	<u>En coche:</u> Boulevard périphérique, toutes sorties, Porte de



Versailles.

Desde el aeropuerto CDG : por la autopista A1

Desde el aeropuerto Orly: por la autopista A6

En Transporte público: bus (líneas 39 y 80), metro (línea 12; parada Porte de Versailles), tranvía (línea T3 y T2; parada Porte de Versailles).

Desde el aeropuerto CDG: RER B, parada Cité Universitaire, y luego el tranvía T3 parada Porte de Versailles.

Desde el aeropuerto Orly: Orly Val hasta la estación Anthony, luego el RER B dirección Cité Universitaire y el tranvía T3 hasta Porte de Versailles.

Director / Organizador:

GL Events Exhibitions (Sébastien Gillet)

Superficie:

16.530 m²

Servicios ofrecidos:

Salas para reuniones, jornadas de encuentros con proveedores y fabricantes, conferencias, consignas, restauración, intérpretes, conserjes...

Carácter:

Profesional

Internacional

Tipo de visitantes:

Grandes y medianas superficies, cadenas de distribución especializada, restauración, catering, hostelería, mayoristas, fabricantes, centrales de compra de materias primas, empresas en busca de subcontratación, prensa, desarrolladores de marcas y especialistas en comidas preparadas.

Sectores representados

Gran distribución, alimentación, packaging

Otras ferias relacionadas:

PLMA International, Ámsterdam

1.2. Sectores y productos representados

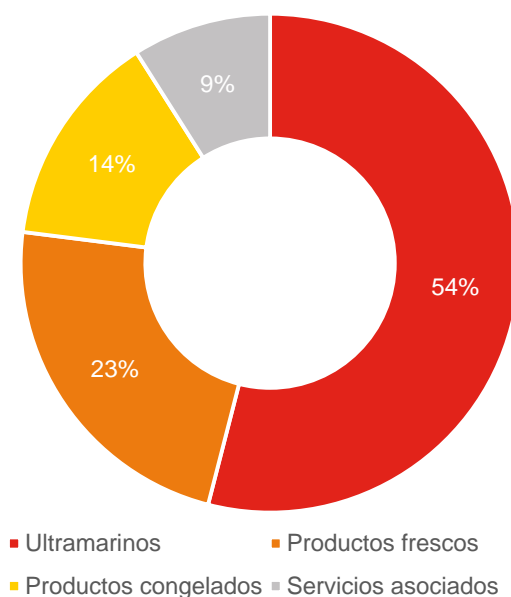
M.A.D.E., Marques Associées Distribution Event, es la cita de los profesionales de las marcas de distribución con el objetivo de crear productos a medida, marcas propias y marcas nacionales. Participan hasta 1.300 marcas pertenecientes a los distintos sectores: grandes y medianas superficies, canal HORECA, mayoristas, exportadores, tiendas (especializadas, delicatessen, online), grupos hoteleros, especialistas en comidas preparadas, etc.

Después de 15 ediciones como MDD Expo, y tras ser una cita obligada para los compradores de marcas de distribución, desde el año pasado se ha rediseñado y convertido en M.A.D.E. (Evento de Marcas Asociadas de Distribución) para así adaptarse mejor a las necesidades tanto de visitantes como de expositores.

M.A.D.E. ha reunido a 450 expositores divididos en cuatro sectores:

- Ultramarinos: productos lácteos y mantequería, productos cárnicos/embutidos/salazones, productos del mar, productos de catering/platos cocinados;
- Productos frescos: salado, dulce, líquidos;
- Productos congelados: aperitivos/entrantes, pescados/crustáceos, carnes/aves, pan/pastelería, helados/postres;
- Servicios asociados: agencia de marketing, certificación, digital, embalaje/envasado, logística, transporte, etc

GRÁFICO 1: SECTORES PRESENTADOS EN M.A.D.E. 2018



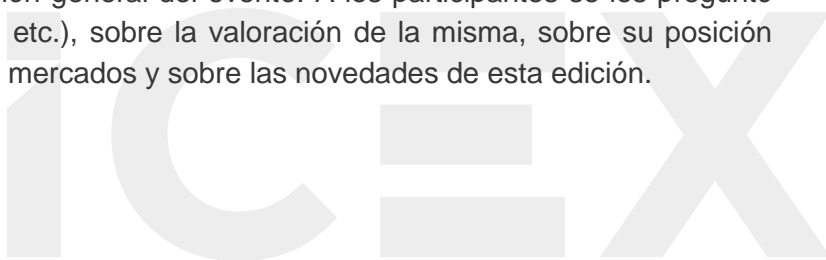
Fuente: Elaboración propia a partir de cifras obtenidas de www.madeparis.com

Toda esta oferta se articula en torno a cursos de expertos relacionados con distintos temas — nutrición, responsabilidad social corporativa, salud, bienestar, *snacking*— para responder a las últimas tendencias del mercado, valoradas por los paneles de tendencias de consumo como el Snack Corner y FoodTech Corner.

1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecomes

Desde la OFECOME de París, el Responsable del Departamento de Productos Agroalimentarios, Michel Budaï, así como la becaria ICEX, Mahan Goudarz, y la becaria IVACE, Mireia Prats Marti, visitaron la feria para dar su apoyo y promocionar los servicios que ofrece la Oficina Comercial a las empresas españolas que participaron en ella.

Durante la visita, se recogió la opinión de los distintos expositores españoles con el fin de recopilar información y obtener una visión general del evento. A los participantes se les preguntó sobre la feria (organización, visitantes, etc.), sobre la valoración de la misma, sobre su posición general tanto en Francia como en otros mercados y sobre las novedades de esta edición.



2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Organización

La feria se organiza en los siguientes espacios temáticos:

- M.A.D.E. Your Visite: situado en la entrada del recinto, los visitantes se sumergen en el *know-how* de los expositores. Cada producto tiene un *flashcode* que redirige a los usuarios de la aplicación móvil a la ficha del expositor. Dentro del Espace Tendance, M.A.D.E. y sus expertos en nutrición (NutriMarketing) recopilan y presentan las tendencias actuales.
- M.A.D.E. Awards 2018: cada año, estos premios recompensan a los mejores expositores. Las categorías de los premios han cambiado este año y pertenecen a 6 criterios más técnicos que valoran el conocimiento de I+D en lugar de la comercialización:
 - Receta/Formulación/Ingredientes
 - Digital/Tecnología/Proceso
 - Embalaje
 - Innovaciones revolucionarias
 - Marketing/Posicionamiento/Relatos
 - Innovación abierta/Co-creación
- M.A.D.E. Your Business: este espacio tiene como intención el fomento de la colaboración entre expositores fabricantes y compradores o especialistas. Se trata de un lugar de encuentro donde los profesionales del sector pueden tener reuniones con los nuevos contactos realizados en la feria. En él también se desarrolla el servicio de *Speed Meetings*, donde los líderes de proyecto, desarrolladores de marcas y fabricantes tienen 20 minutos para sentar las bases de sus futuras colaboraciones. Estas acciones también pueden darse en los stands de los expositores o en la zona VIP.
- M.A.D.E. Your Cuisine Lab: novedad de este año y bajo la dirección del Centre Culinaire Contemporain, tienen lugar demostraciones, degustaciones y otras fuentes de inspiración, y oportunidades de intercambios para co-crear productos saludables. En el espacio se proponen desafíos creativos con los grandes chefs y demostraciones de cocina.
- M.A.D.E. Expert: segunda novedad este año en la que los expertos ofrecen consejos y comparten experiencias, en torno a cuatro áreas: envasado/diseño, logística, legal y comunicación, y nutrición de la salud.

La siguiente imagen muestra la división de los expositores por tipo de producto con los expositores españoles señalados. Entre las empresas españolas, la mayoría se encuentran en la categoría de ultramarinos (9 empresas), tres forman parte de los productos congelados, dos de los productos frescos y una última de los servicios asociados, perteneciente a la sección de embalaje y diseño.

IMAGEN 1: PLANO DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS EXPOSITORES EN M.A.D.E. 2018



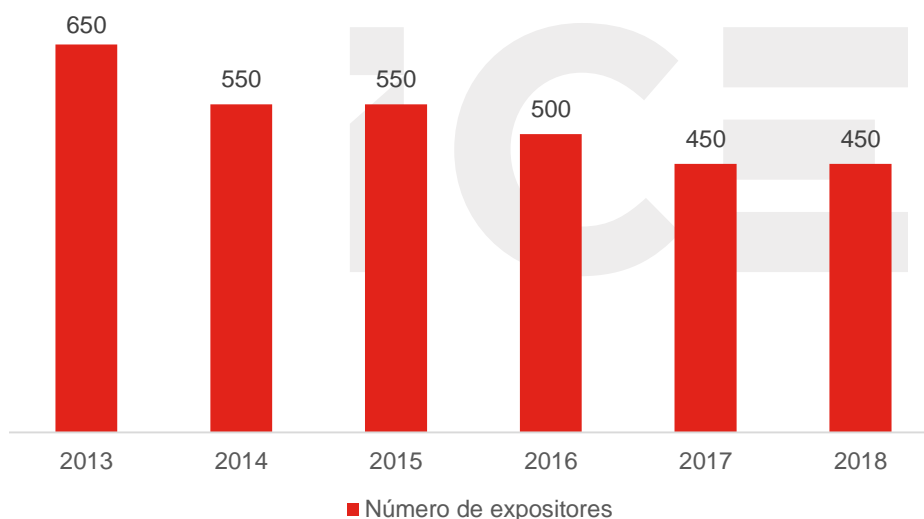
Fuente: www.madeparis.com

2.2. Expositores

En esta segunda edición, los profesionales del sector de la distribución han podido visitar a 450 expositores fabricantes de productos de marca blanca. La cifra es la misma que el año anterior; no obstante, según datos publicados por la organización, un tercio de los expositores que participan este año lo realizan por primera vez. Con respecto a la procedencia de los expositores, el 35% de ellos son de origen extranjero y proceden de 22 países.

Con respecto a la evolución de la feria, el número de expositores se ha ido reduciendo paulatinamente año tras año hasta alcanzar su participación más baja en esta edición, al igual que el año anterior. Esto se puede deber, entre otras razones, a la transformación por la que ha transcurrido la feria desde el año pasado, que ha pasado de designarse MDD Expo a M.A.D.E, Marques Associées Distribution Event.

GRÁFICO 2: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES

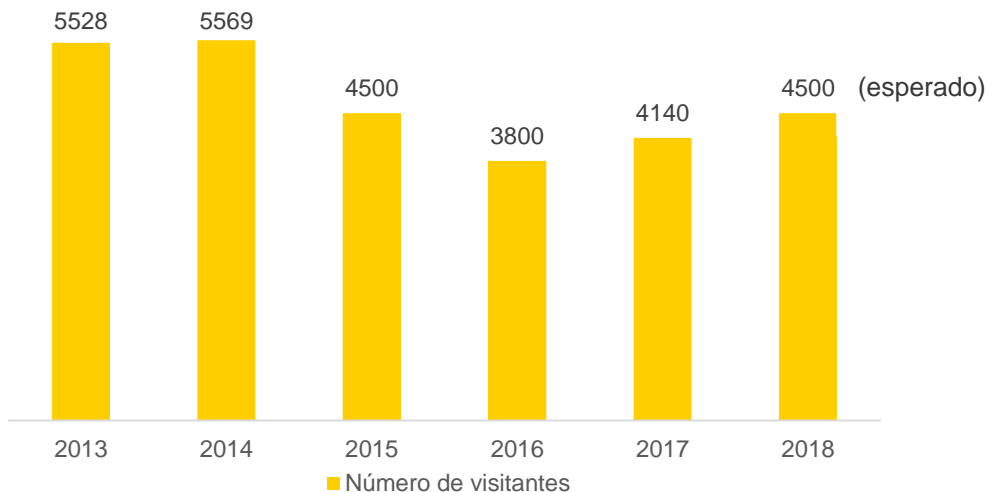


Fuente: Elaboración propia a partir de cifras obtenidas de www.madeparis.com

2.3. Datos estadísticos de participación

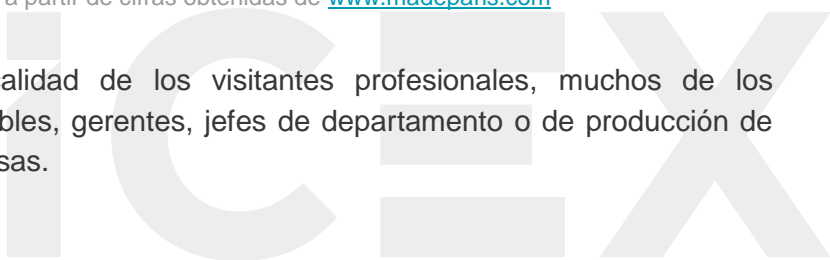
A pesar de que la feria presenta una tendencia ligeramente decreciente en cuanto al número de expositores, para 2017 se registró un incremento del 9% en la afluencia de visitantes con respecto al año anterior. Este año se esperan 4.500 visitantes, lo que supondría un aumento del 8,7% en el número de visitantes con respecto a 2017. La proporción de la procedencia de los visitantes se mantiene igual que en la edición del año pasado siendo un 85% de origen local y un 15% de origen extranjero, procedente de 54 países.

GRÁFICO 3: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES



Fuente: Elaboración propia a partir de cifras obtenidas de www.madeparis.com

Asimismo, en la feria destaca la calidad de los visitantes profesionales, muchos de los compradores son directores, responsables, gerentes, jefes de departamento o de producción de reconocidas marcas, sobre todo francesas.



3. Tendencias y novedades presentadas

Las tendencias presentadas en esta edición de la feria M.A.D.E. giran en torno a 5 categorías de consumo ya que una gran cantidad de consumidores viven un ritmo acelerado y la salud se ha convertido en una prioridad vital:

- **Total transparencia:** los consumidores, cada vez más precavidos, requieren que los productos ofrezcan información detallada sobre el proceso de fabricación y la venta de los productos. Esta necesidad de reafirmar los procesos de producción a favor del medio ambiente y la ética natural impulsa un mercado transparente y limpio a la vez que accesible a los diferentes perfiles de consumidores.
- **Cuidado personal:** muchos consumidores buscan escapar del estrés diario, desconectar del ritmo acelerado, dando prioridad al cuidado personal y buscan ingredientes o productos con beneficios nutricionales, físicos y emocionales para satisfacer los diferentes “placeres”.
- **Nuevas sensaciones:** las empresas de alimentos y bebidas tendrán que jugar con la textura para proporcionar a los consumidores experiencias interactivas que ayudarán a la creación de la comida multisectorial y la bebida con texturas inesperadas.
- **Compras personalizadas:** la entrega a domicilio, los servicios de suscripción, el reabastecimiento automático, etc., motivados por un ahorro de tiempo y dinero, hacen que los consumidores prueben diversos canales y tecnologías para comprar su comida. En este contexto, las industrias y los distribuidores pueden aprovechar la tecnología para establecer nuevos estándares de eficiencia, creando nuevos productos y otras opciones que permitan a los consumidores hacer sus comprar con mayor eficiencia y menor coste.
- **Ciencia comestible:** algunos industriales visionarios están revolucionando la cadena alimentaria tradicional desarrollando soluciones dirigidas a reemplazar granjas y fábricas tradicionales por ingredientes y productos más nutritivos modificados científicamente. Por lo tanto, además de consumidores ansiosos por el medio ambiente, estos alimentos y bebidas fabricados con métodos científicos llaman la atención de los consumidores preocupados por la coherencia, la eficiencia y la pureza de los ingredientes utilizados.

También se destacaron como tendencias en esta edición los alimentos del futuro:

- **Los sustitutivos de comidas:** productos en forma de polvo, barras o bebidas que sustituyen a una comida tradicional.
- **Las nuevas proteínas:** sustitutos de productos cárnicos con insectos, algas u otras plantas. Las capacidades de producción y los costes no están todavía al mismo nivel que aquellos de los ingredientes “naturales”. No obstante, con el crecimiento del vegetarianismo, el potencial para el desarrollo de este tipo de productos en los próximos años es muy elevado.

- **Las proteínas sintéticas:** reproducción de carne y productos derivados de animales (leche, queso...) de células animales.

Así mismo, Quebec ha sido la ciudad de honor durante esta edición. Tomando también de referencia estas tendencias, se han entregado los **premios M.A.D.E. AWARDS 2018** a los productos más innovadores. De las 142 innovaciones presentadas por 70 empresas expositoras, 24 de ellas han sido nominadas, resultando finalmente 7 galardonadas:

- Categoría innovación en marketing/ posicionamiento:
Alpina Savoia- pastas francesas.
- Categoría innovación :
Poulehouse- el huevo que no mata a la gallina.
- Categoría packaging/ diseño de innovación :
Servo Artpack- film de envasado biodegradable.
- Categoría receta/ ingredientes de innovación :
Escal- 12 mejillones rellenos.
- Categoría tecnología/ innovación de procesos :
Le Bontà- verduras cocidas al natural.
- Categoría Co-creación/ innovación y **Premio de Excelencia 2018:**
Lacrem/ Farggi menorquina- *cocktails* helados.



El grupo español Farggi-Menorquina recogiendo el premio a la co-creación e innovación



4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

M.A.D.E. es una feria de reducido tamaño especializada en la fabricación y distribución de marcas blancas, altamente segmentada en lo que se refiere al público visitante ya que únicamente tienen acceso a ella profesionales del sector.

Los compradores son generalmente cadenas de distribución en busca de nuevos productos para su oferta actual y que representan a nivel económico un volumen de ventas importante. Por otro lado, los productores que acuden a la feria de M.A.D.E. lo hacen con el objetivo de encontrar nuevos clientes y reunirse con los ya existentes. En esta feria, los contactos con clientes se realizan de manera mucho más sencilla y tranquila que en otros salones de mayor tamaño como SIAL.

Asimismo, es importante destacar que, mientras que otras ferias más grandes tienen mayor proyección internacional, esta feria está centrada sobre todo en Francia, por lo que la mayoría de los clientes son franceses (el 85% de los visitantes según los propios datos de la feria).

En vista del desarrollo de esta nueva edición la feria parece ser un punto de encuentro para los fabricantes de marca blanca interesados en buscar nuevas oportunidades y/o introducirse en el mercado francés. Aunque muchas de las empresas habían participado ya en varias ediciones, se siguen buscando nuevas propuestas y productos novedosos, de ahí que cada vez más empresas se unan al evento. Para esta edición se contó con la presencia de 384 nuevos expositores, siendo algunas de estas empresas de reciente creación.

4.2. De la participación española y principales países competidores

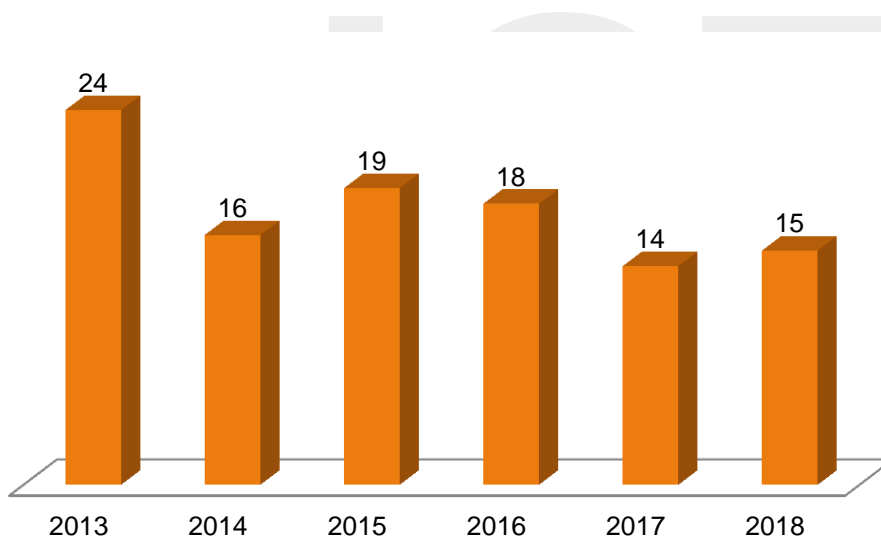
La participación española en esta edición se ha reducido siendo la segunda más baja de los últimos años (15 empresas frente a las 14 de la anterior edición). Cabe destacar que por segunda vez, seis de las empresas que han acudido al evento lo han hecho bajo la participación agrupada de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). Cada empresa participó con su propio stand estando éstas integradas dentro del pabellón de la FIAB (Anexo 5.1 y 5.2). El resto de las empresas asistentes a la feria acudieron de forma independiente.

Tras las visitas realizadas a las empresas españolas, se obtuvieron opiniones distintas sobre la misma. En general todas coincidieron en que esta edición de la feria ha sido floja, destacando sobretodo la afluencia de visitantes locales.

Por un lado, las empresas que ya llevan años asistiendo a este salón están introducidas en el mercado francés a través de ventas con sus propios agentes comerciales en el país y destacan la decreciente afluencia por parte de grandes cadenas de distribución en este evento los últimos años.

Por otro lado, las empresas que han acudido por primera vez se muestran contentas porque han podido dar a conocer sus productos, realizar nuevos contactos y cerrar algunos pedidos, aunque también destacaron que esperaban una mayor afluencia de visitantes.

GRÁFICO 4: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES



Fuente: Elaboración propia a partir de <http://www.madeparis.com>

Por tanto, se trata de una feria a la que es interesante acudir en caso de querer presentar nuevos productos y novedades tanto a nuevos posibles clientes como a los clientes habituales.

Para algunas de las empresas españolas que ya tienen una trayectoria en el mercado francés, esta feria ya no es tan importante y está en declive. No obstante, están presentes por la posibilidad de que puedan surgir nuevas oportunidades comerciales y por el hecho de mostrar a los clientes las innovaciones que realizan cada año ya que los profesionales del sector que acuden a la feria “saben lo que quieren” y buscan cosas diferentes. Las empresas que han concertado visitas con anterioridad y han preparado sus novedades para la feria han podido sacar más rendimiento a la feria.



Por su tamaño, M.A.D.E es un salón adecuado para pequeñas y medianas empresas que decidan empezar a exportar, no dispongan de los recursos necesarios para acudir a otras ferias de mayor tamaño en Francia como SIAL y SIRHA, y su estrategia de crecimiento gire en torno a la fabricación de marcas blancas.

4.3. Recomendaciones

Para sacar el máximo partido de esta feria, es imprescindible que las empresas preparen su visita de manera concienzuda durante los meses previos. De este modo, se aconseja a las empresas concertar visitas antes de la feria con los distribuidores que les interesen.

A diferencia de lo que ocurre con SIAL, la cual se orienta al mercado internacional, M.A.D.E. está centrada en el mercado francés, por lo que en este caso es altamente recomendable que las personas que atiendan el stand sean capaces de dar información y de negociar en francés más que en inglés. Asimismo, toda la documentación e información expuesta en el espacio de la empresa debe por lo menos encontrarse en la lengua francesa. También se debe considerar la posibilidad de contratar a un intérprete, en los casos en los que sea necesario.

El mercado de las marcas de distribución en Francia exige flexibilidad por parte de las empresas, ser competitivas en precios y realizar inversiones en innovación y desarrollo del producto para ser capaces de responder a las tendencias del consumo y nuevas demandas del mercado.

La OFECOME de París está a disposición de las empresas españolas para responder a las dudas y consultas que puedan surgir y ofrece varios servicios personalizados que pueden resultar de gran interés y utilidad para las empresas que deseen expandirse a Francia como la búsqueda de socios o agentes comerciales en Francia.



5. Anexos

5.1. Listado de empresas españolas participantes

Lista de empresas españolas en la participación agrupada de FIAB (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas):

ARLUY SLU

COMEX BAKERY

FRIGORIFICOS ANDALUCES DE CONSERVAS DE CARNE

FRIGORIFICOS COSTA BRAVA

FRINSA DEL NOROESTE

INPANASA



Listado de empresas españolas expositoras no agrupadas:

CONGELADOS DE NAVARRA

CONGELATS OLOT SL- MOS A MOS

DELAVIUDA

FRUSELVA

GREEN SPIRIT

HEGA PACKAGING

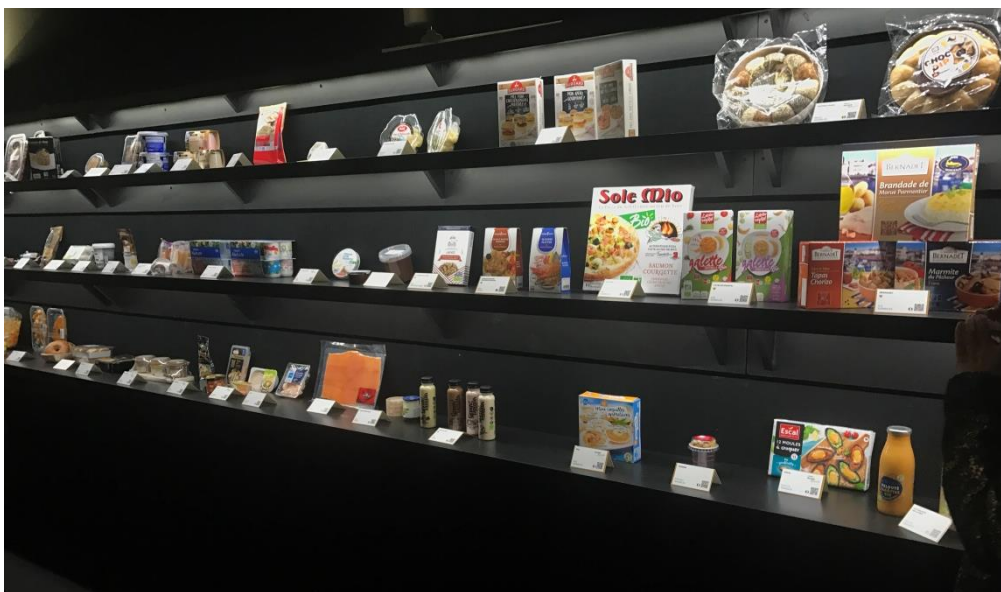
INTERAL S.A.

IPARLAT

LACREM S.A



5.2. Fotos



Entrada de la feria en la edición de marzo 2018



Participación agrupada de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)

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

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones