



INFORME
DE FERIA

2020



SMAK

Lillestrøm

3-6 de marzo de 2020

iceix

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

11 de marzo de 2020
Oslo

Este estudio ha sido realizado por
Óscar Pasarín Borrega

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., M.P.

NIPO: 114-20-024-0



Índice

1. Perfil de la Feria	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Datos estadísticos de participación	7
2.2. Datos de contacto de las empresas españolas	7
3. Tendencias y novedades presentadas	8
4. Valoración	9
4.1. Del evento en su conjunto	9
4.2. De la participación española y principales países competidores	9
5. Anexos	11
5.1. Datos de contacto de SMAK 2020	11
5.2. Mapa del recinto	11





1. Perfil de la Feria

Nombre de la feria: SMAK 2020

Fechas de celebración del evento: 3-6 de marzo 2020

Fecha de la próxima edición: 2023

Frecuencia: Trienal

Lugar de celebración: Norges Varemesse (Norway Trade Fairs), Messeveien

Horario de la feria:

- Martes, 3 de marzo 10:00 - 18:00
- Miércoles, 4 de marzo 10:00 - 18:00
- Jueves, 5 de marzo 10:00 - 20:00
- Viernes, 6 de marzo 10:00 - 16:00

Precios de entrada: Acceso gratuito previo registro. Sin registro, la entrada tiene un precio de 400 coronas noruegas (NOK). Asimismo, el acceso a la zona de bebidas alcohólicas requiere una acreditación especial, la cual tendrá un coste adicional de 400 NOK.

Precios del espacio¹:

- Estándar
 - Cuota de inscripción: 4.000 NOK
 - Stand de 9 a 49 m²: 2.300 NOK por m²
 - Stand de 50 m² o más: 2.100 NOK por m²
- Área de bebidas alcohólicas
 - Cuota de inscripción: 2.000 NOK
 - Stand de 9 m² o más: 1.800 NOK por m²

Sectores: La feria comprende cuatro sectores relacionados con el sector de la alimentación.

- Mat & Drikke: comida y bebida
- Maskiner & Utstyr: equipamiento para cocina y catering

¹ Precios sin IVA



- Interiør & Design: interiorismo y diseño
- Sider, Øl, Vin & Brennevin: sidra, cerveza, vino y bebidas alcohólicas de alta graduación

Otros datos de interés:

- Cómo llegar: El medio de transporte más recomendable para desplazarse a la feria es el tren, bien sea desde el aeropuerto de Gardermoen o desde Oslo. Existe una línea directa desde la estación central de Oslo (Oslo S) a la estación de destino (Lillestrøm Station) con una duración de 10 minutos. Una vez allí, hay una distancia de 5 minutos a pie desde la estación hasta el centro de exposiciones. En coche se accede por la autopista E6, RV 159. El centro de exposiciones cuenta con 2.300 plazas de aparcamiento.
- Ferias relacionadas: Del 7 al 9 de febrero se desarrolla de forma simultánea en el mismo recinto la feria Mat & Emballasje, centrada en el sector de maquinaria para embalaje, envasado y embotellado de alimentos y bebidas.

ICEX



2. Descripción y evolución de la Feria

Organización y expositores: En SMAK 2020 participaron 430 expositores, que se distribuyeron en los pabellones C, D y E del recinto ferial, ocupando un espacio aproximado de 25.000 m2. A continuación, se expone el número de empresas participantes en cada sector:

- Comida y bebida: 217
- Equipamiento para cocina y catering: 119
- Interiorismo y diseño: 40
- Cerveza, vino y bebidas alcohólicas de alta graduación: 54

A pesar de contar con expositores de 16 países distintos, una gran proporción de las empresas presentes pertenecen a países escandinavos. Concretamente, las empresas suecas tuvieron una gran representación. Esta situación es habitual en las ferias comerciales en Noruega, debido a la protección que ejerce sobre sus industrias locales y la proximidad geográfica con los otros países nórdicos. También se puede observar la presencia de un elevado número de productos internacionales importados por compañías noruegas.

Al igual que en ediciones anteriores, el sector de **comida y bebida** fue el que tuvo mayor representación. Se pudo apreciar en la feria una amplia oferta de gastronomía italiana, así como de nuevos competidores en el ámbito del aceite de oliva. En comparación con los productos italianos, la gastronomía española tuvo una menor representación, si bien estuvieron presentes importadores de vino, aceite de oliva y productos cárnicos. En este ámbito, destaca la presencia de la empresa de aceite de oliva con sede en Noruega Paulina Molina, dedicada a la importación de aceite de oliva de la renombrada denominación de origen Priego de Córdoba.

En el ámbito **del interiorismo y diseño**, la mayor parte de las empresas también fueron noruegas. Se observó una predominancia de los diseños simples y utilitarias, con patrones de colores sobrios y diseños minimalistas.

El sector de **equipamiento para cocina y catering** estuvo también copado por organizaciones escandinavas. Al igual que en anteriores ediciones, la empresa española Jospers participó en la feria a través de su distribuidor local Gastronaut AS.

Por último, en lo respectivo a las **bebidas alcohólicas**, solo estuvieron presentes importadores noruegos, debido a la legislación vigente en dicho ámbito. Varios importadores señalaron con vistosidad las diferentes denominaciones de origen presentes en España, lo que evidencia una apreciación por nuestro vino y sus características. El vino italiano es el que tuvo mayor presencia, seguido del francés y del español. Destaca también la importante presencia de vinos del Nuevo



Mundo, que en los últimos años han aumentado de forma considerable su cuota de mercado en Noruega.

2.1. Datos estadísticos de participación

Se presentan en la siguiente tabla los datos de asistencia, tanto de expositores como de visitantes, de las cuatro últimas ediciones de SMAK. En este último año se ha producido un ligero descenso en la afluencia de expositores y visitantes.

	SMAK 2011	SMAK 2014	SMAK 2017	SMAK 2020
Expositores	407	395	460	430
Visitantes	28.883	29.165	29.471	27.548

2.2. Datos de contacto de las empresas españolas

Josper

www.josper.es

+34 937 671 516

josper@josper.es

Paulina Molina

www.paulinamolina.no

+47 96 51 11 12

sog@paulinamolina.no

3. Tendencias y novedades presentadas

Los productos expuestos en SMAK 2020 son, en términos generales, productos consolidados en sus mercados que están tratando de abrirse un hueco en el mercado noruego. No obstante, se pudieron observar algunas innovaciones y tendencias, que se detallan a continuación:

- En **comida y bebida** se apreció una mayor presencia de productos naturales y ecológicos. Asimismo, la composición nutricional de los alimentos también fue uno de los principales aspectos de interés, predominando los productos elaborados con poca cantidad de azúcar y elevado contenido de fibra y proteico. Otro de los productos más representados fueron los helados, en los que predominaron alternativas saludables y artesanales, si bien también estuvieron presentes heladerías que apuestan por la vistosidad con nuevas propuestas de sabores y forma. Los países nórdicos e Italia fueron los países con mayor representación en este sector.
- En el sector **de equipamiento para cocina y catering** se observaron soluciones para incorporar las nuevas tecnologías y la conectividad en la cocina. También destacó el equipamiento para cocina con tintes tradicionales, evocando la calidad y lo natural, como los hornos-parrillas de carbón de la empresa española Jospes.
- En cuanto a **interiorismo y diseño**, prevalece el diseño nórdico, con estilos pocos cargados y sencillos, pero que resultan prácticos y funcionales.
- En relación con **cerveza, vino y bebidas alcohólicas de alta graduación**, se ha de destacar la importante presencia de vino español, que fue promocionado por distintos importadores noruegos. Se detecta un salto hacia el vino de mayor calidad en el país, como en los últimos años vienen indicando las cifras de importaciones. Predominaron los vinos de Italia, seguidos de los franceses y los españoles. Por otra parte, los vinos del nuevo mundo siguen cobrando mayor relevancia en el mercado. En lo respectivo a la cerveza, hubo una fuerte presencia de cerveza artesanal, en su mayor parte producida en Noruega.



4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

SMAK es la feria más importante de Noruega para los sectores de comida y bebida, equipamiento para cocina y catering, tecnologías de la información, interiorismo y diseño, así como cerveza, vino y bebidas alcohólicas de alta graduación.

El número de fabricantes, proveedores, mayoristas, distribuidores y minoristas presentes en la misma es muy elevado, por lo que se trata de un punto de encuentro idóneo para crear o reforzar el contacto con diferentes socios comerciales. Durante los cuatro días en los que transcurre el evento, los participantes acuden a distintos seminarios, interactúan con la competencia y con potenciales socios y dan a conocer al público sus productos y su marca.

SMAK sigue gozando de un gran prestigio y se sigue consolidando como referente de las ferias de alimentación de la zona. La cifra de asistentes se mantuvo elevada a pesar de sufrir una leve disminución. La excelente organización facilitó el flujo de asistentes por el recinto y el exitoso desarrollo de todas las actividades.

4.2. De la participación española y principales países competidores

En esta ocasión, la presencia española fue limitada: Jospers fue la única empresa presente de nuestro país. No obstante, se pudo observar una gran presencia de productos españoles, destacando el vino y el aceite de oliva. Respecto a este último, empiezan a aparecer con fuerza nuevos países competidores en el mercado como Turquía, que cuentan con buen acceso a la cadena de importación del país. Con la excepción del stand de aceite de oliva de Paulina Molina, los productos españoles se encontraban en expositores conjuntos, en los que compartían espacio con otros competidores italianos y franceses. La principal excepción se produjo en el sector del vino, donde varios importadores sí que resaltaron su oferta de vinos de España con carteles promocionales y con mapas en los que se mostraban las distintas denominaciones de origen. El consumidor noruego conoce y aprecia los productos españoles, especialmente aquellas personas que han realizado viajes de ocio o de negocios a España, aunque es cierto que la alimentación italiana es líder entre los productos internacionales.

Recomendaciones: Es necesario recalcar la complejidad del mercado noruego, debido a las políticas proteccionistas y a la intervención estatal en el mismo. Dicho esto, existen interesantes oportunidades comerciales que podrán ser aprovechadas con una estrategia de entrada adecuada.



En este contexto, la relación con un distribuidor o importador local es clave a la hora de introducirse en el mercado, siendo SMAK una feria idónea para establecer dichos contactos. La presencia en SMAK puede abrir las puertas no solo al mercado noruego, sino a los otros países escandinavos. La presentación de los productos y la buena comunicación de la calidad de estos resultan clave para un mercado en el que el consumidor medio se encuentra ampliamente informado.

ICEX

5. Anexos

5.1. Datos de contacto de SMAK 2020

SMAK 2020

www.smakmessen.no

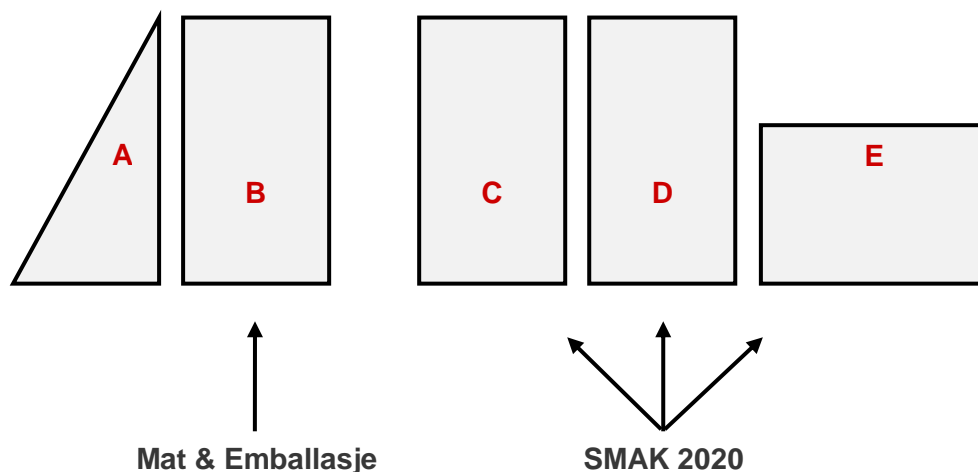
+47 922 07 310

smak@messe.no



5.2. Mapa del recinto

El pabellón A se empleó como receptor y control de acceso.



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