

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

## **SIA 2007**

**Salón Internacional  
de la Agricultura**

**París (Francia)  
03/03/07 – 11/03/07**



**ICEX**

# **SIA 2007**

## **Salón Internacional de la Agricultura**

Este informe ha sido realizado por Juan Carlos Conde Yanguas bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París

## ÍNDICE

<b>1. 1. PERFIL DE LA FERIA</b>	<b>4</b>
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la ofcomes	5
<b>2. 2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA</b>	<b>6</b>
2.1. Organización y expositores	6
2.2. Datos estadísticos de participación	6
<b>3. 3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS</b>	<b>8</b>
<b>4. 4. VALORACION</b>	<b>9</b>
4.1. Del evento en su conjunto	9
4.2. De la participación española y principales países competidores	9
4.3. Recomendaciones	10
<b>5. 5. ANEXOS</b>	<b>11</b>
5.1. Plano de acceso	11

# 1. PERFIL DE LA FERIA

## 1.1. FICHA TÉCNICA

### SALÓN INTERNACIONAL DE LA AGRICULTURA – SIA 2007

<b>Ámbito:</b>	Internacional
<b>Fecha:</b>	Del 3 al 11 de marzo de 2007
<b>Edición:</b>	44ª (la primera fue en 1964)
<b>Frecuencia:</b>	Anual
<b>Lugar de celebración:</b>	París Expo-Porte de Versailles
<b>Horario de la feria:</b>	De 9:00 h. a 19:00 h. (viernes 9, hasta las 23:00 h.)
<b>Precio de la entrada:</b>	Tarifa íntegra: 12 euros. Existen tarifas especiales para grupos, niños, estudiantes de agricultura, agencias de viajes y miembros de comités de empresa y colectividades (desde 6 a 10 euros).
<b>Medios de transporte:</b>	Metro (línea 12) / Autobús (80 o PC 1) / Taxi y coche (salida de la circunvalación de París en Porte de Versailles, Porte de Sèvres o Porte de Vanves)
<b>Director / Organizador:</b>	Centro Nacional de Exposiciones y Concursos Agrícolas (CENECA) y Comexpo París
<b>Colaboradores:</b>	Ministerio de Agricultura y Pesca francés.
<b>Superficie:</b>	148.000 m <sup>2</sup>
<b>Tipo de visitantes:</b>	Gran público y profesional.
<b>Fecha de la próxima edición:</b>	2008
<b>Otras ferias relacionadas:</b>	FARMexpo (ganadería) y SIAL, que tendrán lugar en el 2008.

## 1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

El salón se ha organizado en torno a cuatro temas principales:

- ANIMALES (Pôle Animaux): sector ganadero, el principal de la feria: vacas lecheras y de carne, bueyes, cerdos, cabras, ovejas, conejos, caballos, asnos, etc.
- PRODUCTOS (Pôle Produits): sector agroalimentario y gastronómico (fundamentalmente, vinos y productos típicos de las regiones francesas y de los departamentos de ultramar, junto a una pequeña representación internacional donde destacaba el “Espacio Italia”)
- NATURALEZA Y VIDA (Pôle Nature-Vie): sector de servicios a la agricultura (representación de la administración, de asociaciones, centros de formación y empresas de servicios con productos adaptados al medio, como aseguradoras, centros de formación, bancos y cajas de ahorro).

Como novedad con respecto a la pasada edición, se han presentado los siguientes cuatro espacios:

- o Tierras de cría, la pasión de la profesión (Hall 1): es una reconstrucción fiel de una granja y un mercado de animales, en un espacio de 1.000 m<sup>2</sup>.
- o La ronda del conocimiento (Hall 4): espacio destinado a mejorar los conocimientos sobre el ganado equino: razas, características,...
- o Los gatos (Hall 4): El top ten de las razas felinas.
- o Botánica y jardinería ecológica (Hall 2.3.): demostración y consejos sobre buenas prácticas y soluciones alternativas a los productos químicos.

## 1.3. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFCOMES

La Ofecomes de París no ha participado en esta feria, en la que la presencia de empresas españolas es prácticamente inexistente. Del sector agroalimentario, tan sólo han participado dos empresas de charcutería y una de confitería cuya producción está ubicada en España, a pesar de que sus propietarios son franceses.

Por su lado, el Ministerio español de Agricultura, Pesca y Alimentación, ha tenido un *stand*, situado cerca de la entrada del Hall 1, en el que exhibía varios ejemplares de cabras de raza “Murciano-Granadina”. Asimismo, incluía una original muestra de cría de caracoles que ha despertado el interés de los visitantes. El ministerio participa en este salón desde hace 17 años.

## **2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA**

### **2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES**

El Salón de la Agricultura es la mayor feria agrícola de Francia. Con más de 40 años de historia, este salón es, año tras año, testigo de la vitalidad del mundo rural en el país y un verdadero escaparate para el público de la ciudad que lo visita, a menudo en familia. Por supuesto, también es un importante punto de encuentro para los profesionales del sector, fundamentalmente, ganadero, quienes pueden presentar sus animales, competir, establecer nuevos contactos, comerciales o no, y vender directamente.

El Centro Nacional de Exposiciones y Concursos Agrícolas (CENECA) es el fundador y principal organizador de este evento. Sin embargo, desde 1992 cuenta para ello con la ayuda de Comexpo París, empresa especializada en organización ferial.

Entre las actividades organizadas durante el SIA 2007 destacan:

- El Concurso General Agrícola: entre los mejores animales criados en Francia y los productos de mayor calidad gustativa (organizado por el Ministerio de Agricultura y Pesca francés).

Este año no se han presentado ni el Salón del Queso y de los Productos Lácteos ni el de FARMexpo, que sólo se realizan los años pares.

Asimismo, se ha desarrollado un extenso programa de conferencias y animaciones, subastas y pujas y varias visitas organizadas a Rungis, el mayor mercado de productos frescos del mundo, situado a las afueras de París. Es de destacar la existencia de un gran ring, en el hall 1, y de una pista canina, en el hall 7.2, para la celebración de gran parte de las exhibiciones y animaciones con animales.

En cuanto a los expositores, fueron 1.000 los comercios, empresas, granjeros e instituciones que estuvieron presentes en el salón, de los cuales 90 eran extranjeros.

### **2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN**

Este año, el Salón de la Agricultura ha registrado más de 590.703 visitantes, un 20% más que el año pasado. Es tangible la recuperación que experimentado el salón después de que en el 2005 la asistencia descendiese un 20% después del récord conseguido en el 2004 con 700.021 visitantes. Esta bajada se atribuyó a razones como la gripe aviar, las obras por el tranvía que tuvieron lugar justo delante de la entrada principal al recinto feria así como el hecho de que las vacaciones escolares en París y sus alrededores no coincidieron con la celebración del salón, como en los tres años anteriores.

## **SIA 2007**

---

Del total de visitantes del salón, 122.315 eran profesionales del sector agrícola y agroalimentario, es decir, el 20,7%. De ellos, 6.677 era extranjeros procedentes de 100 países y 9.620 eran estudiantes. 54.190 niños visitaron la feria, un 56,24% más con respecto a la edición anterior.

### 3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

Este año, no se han presentado innovaciones especialmente destacables, a parte de una mejor distribución de los pabellones feriales y una nueva orientación más pedagógica del salón. Como tendencias podemos mencionar la importancia, cada vez mayor, de las energías renovables. Éstas han cobrado mayor importancia y se han abordado, sobre todo, en stand institucionales (CGB, Passion Céréales, Proléa) y constructores de automoción. El año pasado participaron Ford y Saab y este año se les han unido Renault, Peugeot y Citroën.

Este año, gracias a “La Maison au Naturel”, los visitantes pudieron descubrir todas las soluciones para un “eco-habitat”: paneles solares, paredes calefactores, pinturas naturales, paredes vegetales, calderas de madera, juntas aislantes de cáñamo, calderas a gránulos y cereales,...

Además se introdujeron dos animaciones culinarias:

- “Régalez-vous, le Théâtre du goût » : degustaciones junto con explicaciones de productos regionales.
- « Savourez le yeux fermés » : degustaciones en la oscuridad de los productos ganadores del concurso general agrícola, que se realizó en la feria.

## 4. VALORACION

### 4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

Tal y como se desarrolla en la actualidad, hay varios factores de este salón que le restan interés para los exportadores españoles del sector agroalimentario. En primer lugar, el hecho de que apenas un quinto de los visitantes sean profesionales. Efectivamente, al SIA asisten, sobre todo, particulares que viven en París y sus alrededores y que van acompañados de sus familias con el objetivo de acercarse y conocer un entorno rural que les queda lejos. Es la oportunidad de ver, en directo, animales vivos de granja y aprovechar para degustar y comprar productos de las demás regiones o de las DOM-TOM (territorios franceses de ultramar), que no siempre son fáciles de encontrar. Es en este entorno en el que la feria organiza un buen número de animaciones, juegos y actividades para los niños, con una excelente acogida. También son muy numerosas las visitas de estudiantes de institutos y centros de formación profesional, en busca de orientación y salidas laborales. Uno de los objetivos explícitos del SIA es, de hecho, la promoción de la actividad en el entorno rural.

Por otro lado, el espacio que la feria dedica a la presentación de productos agroalimentarios se encuentra muy concentrado en los pabellones sobre las regiones francesas, por lo que la presencia de empresas extranjeras prácticamente no tiene lugar. Asimismo, en los pabellones dedicados los productos, las marcas brillan por su ausencia (a excepción de las bodegas) pues la mayor parte de la oferta expuesta es de tipo artesanal y se identifica más con una denominación de origen que con una marca de renombre. También en la zona dedicada a la gastronomía se pueden encontrar alimentos, pero el objetivo de las empresas que están presentes en esta zona, en la que abundan los restaurantes y stands de fast food, es la venta directa, mucho más que la localización de contactos, agentes comerciales o proveedores.

### 4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

La participación española se ha limitado en esta edición al *stand* del Ministerio de Agricultura y a tres empresas ubicadas en España, una de ellas, Planet Arome, del sector de la alimentación y el cuidado de los animales y otras dos, fabricantes de charcutería: Keesbo J. Curo y J. Vila. Ambas se encontraban en la zona de gastronomía, “Agriculturas y delicias del mundo”, con profusión de banderas españolas y catalanas, y de otros iconos como el toro negro para atraer la atención de los visitantes. Sin embargo, carecían de vendedores que hablaran español porque, en realidad, se trata de empresas creadas por franceses, que han adaptado sus productos al gusto francés (menos ajo y especias fuertes, por ejemplo) pero que, por cuestiones de coste, tienen su producción en España.

Es de destacar, en la zona de “Agricultura y delicias del mundo”, la profusión de *stands* dedicados a los productos italianos: pizza, pasta, charcutería, masa almendrada, bombones y caramelos, etc., con grandes carteles indicando los precios al público. Sobre ellos, una gran pancarta con la bandera italiana y la mención “Espace Italie” (Espacio Italia).

### 4.3. RECOMENDACIONES

Feria que podría recomendarse para empresas españolas dedicadas a la ganadería con algún tipo de implantación en Francia y personal bilingüe, dado que en la práctica, tiene un carácter más nacional que internacional. De hecho, el sector más profesional de SIA, el correspondiente a los animales, es muy similar a la Semana Verde de Galicia.

# 5. ANEXOS

## 5.1. PLANO DE ACCESO

