

Informes de Ferias

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

METRO EPICICIERS EXPO 2006

**París (Francia)
13/11 al 15/11 2006**

ICEX

**METRO
EPICIERES EXPO
2006**

Este informe ha sido realizado por Juan Carlos Conde.

INDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	4
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
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	6
2.1. Organización y expositores	6
2.2. Datos estadísticos de participación	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
4.3. Recomendaciones	9

1. PERFIL DE LA FERIA

1.1. FICHA TÉCNICA

NOMBRE OFICIAL DE LA FERIA

Metro Épiciers Expo.

Fecha: 13-15 noviembre

Edición: 1ª edición

Frecuencia: Aún desconocida

Lugar de celebración: Parque de Exposiciones Paris Expo
Porte de Versailles, Hall

Precio de la entrada: gratis, sólo disponible para clientes de Metro.

Medios de transporte: Metro línea 12 "Porte de Versailles."
Metro línea 8 "Station Balard"
Bus líneas 39, 49, 80 y PC parada "Porte de Versailles"

Director / Organizador: Metro Cash & Carry
53, Rue Benoît Frachon
93000 Bobigny
Tfno. : +33(0)1 48 10 52 52 - Fax : +33(0)1 48 46 68 13
 www.metro.fr

Colaboradores: FNDE (Fédération Nationale de l'Épicerie)

Carácter: Profesional

Tipo de visitantes: Clientes de Metro, especialmente del pequeño comercio.

Otras ferias relacionadas: SIREST, salón de Metro dedicado a sus clientes del canal HORECA.

1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

En esta feria sirvió como punto de encuentro de todos los profesionales, proveedores y clientes de Metro, del sector del pequeño comercio. Las empresas asistentes ofrecían una amplia gama de productos tanto alimentarios como tecnológicos. El objetivo no sólo se limitaba a mejorar las relaciones entre los diferentes agentes sino también a presentar innovaciones tecnológicas y de diseño, que favoreciesen la competitividad del pequeño comercio y, por tanto, sus ventas.

La feria se organizó en cuatro secciones diferentes:

- Alimentación general.
- Bebidas y dulces.
- Maquinaria y mobiliario.
- Soluciones Metro

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

La Ofcomes de París no ha desarrollado ninguna actividad especial relacionada con Metro Épiciers Expo, aparte de la visita del becario de agroalimentario ICEX. Se desplazó a la feria para realizar una pequeña entrevista a los organizadores del evento y, así, evaluar el interés de la feria para ediciones posteriores.

2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

La organización corrió a cargo del Grupo Metro y FNDE (Fédération Nationale de l'Épicerie) y el número de expositores ascendía a 50, todos actuales proveedores de Metro. Estos procedían de numerosos países y se trataba en su gran mayoría en grandes grupos internacionales.

Esta es la lista de los expositores con stand en la feria:

- | | | |
|-----------------|----------------|-----------------|
| - Pernod | - Ferrero | - Yoplait |
| - Bacardi | - Kraft | - Danone |
| - Moët | - Danone Eaux | - Olida |
| - Lixir | - Corico | - Bel |
| - Martiniquaise | - Corico | - Fromasac |
| - Nestlé | - Berni | - Panzani |
| - Grand Chais | - Isla Mundial | - Masterfood |
| - Cadbury | - Sebiane | - Daucy |
| - Castel | - Kronenbourg | - IARP |
| - Solinest | - Charles | - Frilixa |
| - Wrigley | - Kellogg's | - Bouygues |
| - ProcterGamble | - Bledina | - Iradium |
| - Interbrew | - ISFI | - La Sommeliere |
| - Coca-Cola | - Soller Grill | |

Por otra parte, había stand agrupados de frutas y verduras, confitería, cadenas de frío y procesamiento de dinero.

2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

La feria contó con 1.100 visitantes. La totalidad de los visitantes fueron franceses y gran mayoría de ellos fueron comerciantes independientes.

3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

No se presentó ninguna novedad teniendo en cuenta que es la primera edición que se celebra de este salón.

Las tendencias se presentaron en diversas conferencias tan variadas como:

- Las grandes tendencias del mercado: ¿Cómo mantenerse informados? ¿Cómo aprovechar las posibilidades de sus comercios?
- Los productos frescos: factor de margen y herramienta de fidelización.
- La diversificación: como desarrollar su cifra de ventas.
- Los fundamentos del merchandising: como adaptar la gama de productos a la clientela.
- Qué es el pequeño comercio.
-

4. VALORACIÓN

4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

Metro Epiciers Expo es el primer salón profesional en Francia dedicado enteramente al pequeño comercio.

Destaca por la posibilidad que ofrece al comerciante independiente de formarse y dar a su establecimiento un aire renovado y atractivo para el consumidor.

4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

No había participación española.

4.3. RECOMENDACIONES

Es interesante pero hay que recordar que sólo puede ser expositor aquel que sea proveedor del Grupo Metro.