



Informes de Ferias

Pharmagora 2007

Feria de la farmacia.

París (Francia)
24/03 al 26/03 de 2007



ICEX

Pharmagora 2007

Feria de la farmacia.

Este informe ha sido realizado por Julio Escudero, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París

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	6
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	7
2.1. Organización y expositores	7
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	10
5. ANEXOS	11

1. PERFIL DE LA FERIA

1.1. FICHA TÉCNICA

Pharmagora 2007
Feria de la farmacia.

Ámbito: productos y equipos para la farmacia.

Fecha: 24/03/2007 al 26/03/2007

Edición: 22ª edición

Frecuencia: Anual

Lugar de celebración: Paris Expo - Port de versailles, Paris. Hall 7

Horario de la feria: 9:30 a 19:00 todos los días , los dos primeros días y el última de 9:30 a 18:00.

Entrada gratuita reservada exclusivamente a los profesionales de la salud acreditados.

Medios de transporte: Desde París, metro línea 12, estación Port de Versailles, 1.40€ billete sencillo de metro (Existen bonos de diez viajes más económicos).

Cercanía (RER) C, estación Bb. Victor

Taxi desde el centro entorno a los 16€ (Port de versailles, puerta A)

Múltiples líneas de autobús dependiendo del punto de parida, consultar en www.ratp.fr

Director / Organizador: Wolters Kluwer
Case Postal 817
1, rue Eugène et Armand Peugeot
92856 Rueil-Malmaison
France
Tlf: +33 (0) 1.76.73.30.85
Fax: +33 (0) 1.76.73.48.66
E-mail: info@pharmagora.com

Pharmagora 2007

Colaboradores:

A) Prensa

- Le Moniteur (Revista especializada en el mundo de la farmacia)

B) Televisión:

Canal Pharmagora TV

Superficie: 200.000 m²

Servicios ofrecidos: **Parking**
Servicio de restauración
CCF_ Banco de cambio de Moneda
Espacio de Negocios
Air France
SNCF (sociedad ferroviaria francesa)
Cajero Automático
Relay
The Kiosque
Cash and Carry
Guardarropa
Centro Médico
Policía
Centro de Información

Carácter: Profesional

Fecha de la próxima edición: 2008

Otras ferias relacionadas: - Feria internacional de la farmacia (Cosmofarma) Bolonia,IT
www.cosmofarma.com

1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

Los sectores representados en la feria estuvieron representados de la siguiente forma:

Pharmagora 2007

- mobiliario para farmacias, equipos para la distribución y organización de fármacos, y rótulos exteriores.
- Productos farmacéuticos.
- Productos de cuidado del cuerpo (belleza) que se quieren introducir en el canal de las farmacias.
- Otros productos o servicios complementarios para las farmacias.

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

Por parte de la OFCOMES de París, el 24 de marzo acudieron a la feria el becario PIPE, Julio Escudero, así como la becaria de bienes tecnológicos, Isabel de la fuente, con el objetivo de entrevistar a las empresas españolas que expusieron durante la edición 2007.

2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

Entre los días 24 y 26 de noviembre de 2006 tuvo lugar en el parque de exposiciones puerta de versalles, el salón profesional *PHARMAGORA* cuya organización corrió a cargo de la sociedad Wolters Kluwer France. Este acontecimiento "multiespecialista" totalmente dedicado a la oferta de productos y servicios para los farmacéuticos La feria contó con presencia internacional especialmente proveniente de las excolonias francófonas de Francia en África.

Por otra parte, en esta edición de *PHARMAGORA*, se organizaron las jornadas de debates y coloquios retransmitidos en el canal Pharmagora Tv. Unas 150 conferencias y 600 participantes, entre cuyos temas se trataron: los retos del sector en Francia y Europa, la innovación, la automedicación, la educación y la sanidad, etc.

Entre la sección de novedades de la feria, destacan los aparatos de automatización para la distribución de los fármacos y demás procesos en las farmacias, así como y la decoración del futuro.

2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

En esta edición de *EMBALLAGE* expusieron sus productos 500 empresas, en su mayoría francesas (más del 60%) y con una importante presencia de los países francófonos de África (10%) . El número de expositores internacionales permaneció estable frente a otras ediciones.

Durante los tres días de la feria se contabilizaron 35,000 visitantes, de los cuales destacó la importante proporción de compradores e importadores (30%). Provenientes de Francia, así como de los países francófonos de África. La afluencia de público internacional se concentró durante los primeros días de la feria, según comentan varios expositores. El resto de los días la mayor parte de la afluencia fue francesa.

3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

En esta edición de *EMBALLAGE*, el elenco de nuevos productos reflejan las tendencias del sector. En lo que se refiere a equipamientos para farmacia, destaca las innovaciones enfocadas a la maximización de los espacios, así como al diseño, y por otra parte a la mecanización de los procesos de almacenamiento en las farmacias.

Otras ferias relacionadas en Europa:

Achema (Fráncfort, Alemania)

www.achema.de

Apteka (Moscú, Rusia)

www.msi-fairs.com

Cosmofarma (Bologna, Italia)

www.cosmofarma.com

Chemspec Europe (Ámsterdam, Holanda)

www.chemspeceurope.com

Para más información de las ferias antes mencionadas, busque en la página web del ices www.icex.es o póngase en contacto con la oficina comercial del país en cuestión.

4. VALORACIÓN

4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

Esta edición de PHARMAGORA ha confirmado la vitalidad de la industria de la farmacia en Francia, país donde según fuentes de los propios expositores, que cuenta con un ratio de renovación de material mobiliaria muy superior al de la media europea, lo que convierte a Francia en un mercado muy importante.

Podemos afirmar que la presencia de las empresas españolas en *PHARMAGORA* es una inversión eficaz y que la feria se emplea principalmente para conseguir nuevos contactos comerciales y consolidar su relación con los clientes habituales locales. A pesar de esto, la aparición de multitud de salones sectoriales más especializados obliga a muchos de los expositores tradicionales a escoger entre estos y ha repercutido tanto en la afluencia y tipología del visitante como del expositor.

PHARMAGORA, no obstante, se confirma así como una gran oportunidad para las empresas que, mostrando sus productos en este gran escaparate francés y de los países de su órbita de influencia (Francofonía), deseen hacerse un hueco y consolidarse en un mercado muy concurrido, pero que en la actualidad se encuentra en auge a nivel global.

4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

Aunque España no cuenta con una participación agrupada bajo un sello común marca-España como en la edición anterior de la feria (la cual fue organizada por CPHI con 28 empresas) , la presencia de empresas española estuvo formada por una decena de empresas repartidas por las diferentes secciones de la feria.

Por su parte la competencia española se encuentra presente por empresas de países como Francia, Alemania, o Italia, en lo que a calidad de refiere y países del este y lejano oriente a respecto a precio.

Durante los últimos años y gracias al esfuerzo y el trabajo bien hecho de las empresas españolas, la imagen de España respecto a producción de calidad ha mejorado mucho en comparación a los grandes países de Europa.

Pharmagora 2007

La principal dificultad a la que deben hacer frente las empresas españolas de este sector radica en la necesidad de proporcionar a sus clientes un servicio posventa de elevada cobertura, para lo cual se ven obligados a hacer uso de un distribuidor *in situ*.

Las empresas españolas presentes con estad propio fueron:

- Apotheka
- Bueno Hermanos
- Dermofarm
- Feito
- Medissimo
- Tecn.-Farma
- Apoteka

4.3. RECOMENDACIONES

La mayor parte de los entrevistados coincidieron en recomendar de manera entusiasta a las empresas españolas que quieran darse a conocer y penetrar en el mercado francés y de la francofonía (África y oriente medio). La feria es un punto de encuentro entre empresas y clientes habituales y una forma mostrar necesariamente su presencia en un mercado muy concurrido.

Muchos de los encuestados resaltaron la importancia de contactar con clientes actuales y potenciales antes del desarrollo de la feria con el fin de poder concertar entrevistas durante los días de *Pharmagora* y sacar así el máximo provecho a este encuentro internacional.

5. ANEXOS

- Premios “Caducée” de la feria
- Plano de la feria

Productos galardonados con los premios “Caducée” (Caduceo) en la feria.

Nueve premios fueron entregados durante la feria, votados por los farmacéuticos y entregados por el Sr. Jean-Christophe Goulemont, Comisario general de Pharmagora:

- 1)Premio a la innovación médica: Laboratorio PFIZER.
- 2)Premio al nuevo medicamento de automedicación: Dlrhume Pro del laboratorio SANOFI-AVENTIS.
- 3)Premio innovación dermo cosmética: La crème rêve de miel de la empresa Nuxe
- 4)Premio innovación complemento alimentario: Minceur J-15 del laboratorio FORTE PHARMA.
- 5)Premio a la mejor iniciativas de formación de los productos provenientes de utilización hospitalaria: Laboratorios ROCHE

