

INFORME

INFORME DE LA FERIA
SUMMER FANCY FOOD, NYC
Junio 2009

Informe realizado por:

Laura McLaughlin García
Becaria PROEXCA Miami

ÍNDICE

1. Ficha técnica de la feria	3
2. Seminarios y programas	6
3. Información cualitativa de la feria	8
4. 37ª Edición de los premios SOFI	9
5. Enlaces de interés	11
6. Imágenes de la feria	12

INFORME DE FERIA

JUNIO DE 2009

A. FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA	
Nombre de la Feria	Summer Fancy Food 2009
Fecha	28 al 30 de junio de 2009.
Edición	55 ^a
Frecuencia	Se celebran 2 ediciones al año en 2 ciudades importantes de EEUU: Summer y Winter, habiendo en ocasiones incluso una 3 ^a
Lugar de Celebración	Jacob K. Javits Convention Center 655 West 34th Street New York, NY 10001 http://www.javitscenter.com/
Horario de la Feria	De 10:00 a 17.00 h
Precio de la Entrada	<ul style="list-style-type: none">• \$36 para público general por adelantado• \$60 precio regular
Carácter	Profesional/Público
Sectores Convocados	<ul style="list-style-type: none">• Delicatessen• Alimentos Naturales• Kosher• Bebidas• Servicios• Materiales de decoración para productos alimenticios

Nombre del Organizador	The National Association for the Specialty Food Trade- NASFT 120 Wall Street. 27th Floor New York, NY 10005-4001 Telephone: 212.482.6440 Fax: 212.482.6459
Página web de la feria	www.specialtyfood.com www.nasft.org www.fancyfoodshows.com www.specialtyfoodmagazine.com www.specialtyfoodmarket.com
Fechas de la próxima Edición	Winter 35ª edición: Enero 17-19, 2010 San Francisco, CA Summer 56ª edición: Junio 27 - 29, 2010 New York City, Javits Center
Número de expositores	2.300 expositores
Expositores extranjeros	<ul style="list-style-type: none"> • Alemania • Antigua y Barbados • Arabia Saudí • Argentina • Australia • Austria • Barbados • Bélgica • Brasil • Bulgaria • Burkina Faso • Camerún • Canadá • Chile • China

	<ul style="list-style-type: none"> • Chipre • Cisjordania • Corea del Sur • Costa Rica • Egipto • El Salvador • España • Etiopía • Francia • Gabón • Ghana • Grecia • Granada • Guatemala • India • Israel • Italia • Jamaica • Japón • Jordania • Laos • Líbano • Marruecos • Mauritania • Méjico • Perú • Polonia • Portugal • Reino Unido • República de Serbia • Rumania • Senegal • Singapur • Sudáfrica • Sri Lanka • St. Vicente y Granadina • Suazilandia • Suiza • Tailandia • Trinidad y Tobago • Túnez • Turquía • Uganda • Vietnam
Perfil del visitante	<ul style="list-style-type: none"> • Compradores del sector de la alimentación y bebidas

definidas como productos gourmet.

- Importadores
- Exportadores
- Distribuidores
- Minoristas
- Mayoristas
- Agentes
- público en general

Servicios ofrecidos

Equipamiento e instalaciones

- Rotulación de stands
- Montaje de stands
- Alquiler de plantas
- Gestión de Mercancías y Servicios de Seguridad
- Televisión, radio y prensa nacional.

Transporte y almacenaje de mercancía

Vigilancia y seguridad

Restauración y catering

Shuttles para los visitantes hacia hoteles especificados desde/hacia el centro de convenciones

**Plano de situación:
Jacob K. Javits Convention Center**



B. SEMINARIOS Y PROGRAMAS

I. SEMINARIOS

Durante el transcurso de la feria se dieron además seminarios que abarcaban diferentes temáticas relacionadas con el mercado de la alimentación. Uno de los más importantes fue el “Starting-up Saturday” a través del cual se dieron cita más de 100 empresas en fase de creación-madurez dedicadas al sector de la alimentación.

Para información sobre los seminarios de la Winter o Summer Fancy Food que de las próximas ediciones, se debe contactar con la organización del evento a través de las direcciones especificadas en: www.specialtyfood.com

II. PROGRAMAS

Programa Business Builders 1 to 1



Se trata de un programa simple y gratuito ofrecido por la organización del evento a todos los participantes:

1. Los Compradores (distribuidores, minoristas, importadores, etc) explican de forma directa al personal de la Fancy Food los productos y categorías que necesitan ver o están interesados en conocer
2. El personal de la Fancy Food selecciona ciertos expositores que coinciden con el criterio elegido por los compradores y coordinan una cita entre ambos.
3. Los exhibidores son preparados con toda la información necesaria para estar listos a la hora de reunirse y llegar a hacer negocios de forma rápida
4. En el show, a los compradores les es asignada una mesa en la que tendrán reuniones de 10 minutos de duración con los interesados

Durante el evento de este año, se realizaron más de 1.500 entrevistas bajo el nombre del programa. Algunos de los participantes fueron:

- **Distribuidores:** UNFI, Kehe, Tree of Life, Avenue Gourmet, Associated Buyers, Monel, Crown Pacific Fine Foods, entre otros.
- **Minoristas/Agencias de servicios alimenticios:** Winn Dixie, Meijer, Amazon.com, Sears, Central Market, A Southern Season, Crate & Barrel, Giant Eagle, entre otros.

Información sobre el programa Business Builders 1-to-1 de la Winter Fancy Food 2010 estará disponible en septiembre de 2009 a través de la página Web oficial.

C. INFORMACIÓN CUALITATIVA DE LA FERIA

La Summer fancy Food es la feria más grande e importante de toda Norteamérica dedicada el sector gourmet en todas sus categorías.

En la edición de verano de este año más de 24.000 visitantes se deleitaron con las exquisiteces mostradas. Desde vino, aceites, jamón, chocolates, quesos, tartas, y hasta productos regalo fueron exhibidos a lo largo de los más de 2.300 stands, con más de 140.000 productos traídos de todo el mundo para su degustación.

Se trata de una feria de contacto directo entre el productor y todos los agentes del mercado: Distribuidores, importadores, agentes, fabricantes, etc. Todos organizados en una superficie de 316.000 pies cuadrados e interactuando al mismo tiempo durante 3 días de máxima intensidad. Este año además, la feria tuvo un crecimiento del 4% en visitas según fuentes oficiales.

Alrededor de un 87% de todos aquellos que atendieron el show tenían poder de decisión, poder de compra o jugaban el papel de consejeros para el principal de la empresa que representaban. Además, marcas internacionalmente conocidas como Whole Foods, Costco, Meijer, Sears y Delta Airlines, entre otras, estuvieron presentes en el evento.

La participación española en el evento fue muy marcada. Más de 60 empresas de toda España, junto con instituciones regionales y oficinas comerciales, se distribuyeron a lo largo del pabellón de España mostrando

vinos, quesos, jamón, galletas, aceites, yogures, platos típicos preparados, salsas, café, té, chocolates y más delicatessen. Otras empresas por su parte, optaron por exponer bajo el stand de su importador en EEUU o grupo de empresarios. En este último caso encuentra Canarias Selección S.A. que participó bajo el nombre de su importador en EEUU: “ The Cheeseworks Ltd”.

A continuación se detallan las empresas e institutos españoles que acudieron al evento con stand propio, así como las instituciones regionales que acudieron para dar apoyo a su región:

Empresas españolas con stand propio	
<ul style="list-style-type: none"> • Aceites Santa Clara SL • Aceites Malagon SL • Aceites Muñoz SL • Aceites Toledo SA • Aceitunas Cazorla SL • Aecovi- Jerez Sca • Alcaparras Luxeapers SL • Alonso Mediterraneo SA (Manolet Almonds) • Amanida SA • Cal Saboi • Celler Sort del Castell SL • Chovi SL • Conservas y frutas SA • Conservas Alguaza SL • Conservas CUCA (Pita Hermanos SA) • Conservera gallega SA • Consorcio del jamón serrano español • Cuida-té by expressate tea • Discover Spanish Taste- FIAB • Doña Jimena • Dulsa SA • Ecovinal Group • Esperanza del Castillo SL • Estilo Kiki SL • Europastry SA • Exportadora Andaluza de Aceites SL 	<ul style="list-style-type: none"> • Frutos 3G SL • Fruveco SA • Gastraval SL • Lacteos Goshua SL • Gourmet fusion AIE • Grupo consorcio Pelazza SL • Grupo Leche Pascual SA • Gullon Biscuits • Industria aceitunera Marciense SA • Industrias Videca SA • Jamondor SL • Jolca Olives • Lacteos Segarra SL • Loreto Specialty foods SL • Luis Penalva SL • Millan Vicente SL • Montes de Toledo PDO • Nuñes de Prado • Nutrexp SL • Oleoestepa • Oleum Vitae • Pollancre SL • Productos Velarte SL • Queserías Entrepinares • Quesos Coqueya • Quorum Interancional • Rafael Salgado (RS Exportación de aceites SL) • Riberebro SAU • Rosa Bevia Mas- Sal la Concha • Torres y Ribelles SA

<ul style="list-style-type: none"> • Favasa Foods SL • Frinsa del Noreste SA 	<ul style="list-style-type: none"> • Vinagres de Yema SL
Institutos españoles con stand propio	
ICEX- España EXCAL- Castilla y León IVEX- Valencia	
Institutos españoles presentes para apoyar a empresas de su región y buscar oportunidades potenciales	
IGAPE- Galicia PROEXCA- Canarias Cámara de Comercio de Madrid- Madrid	

Gracias a las entrevistas que PROEXCA realizó durante el evento a los visitantes, se corroboraron los datos dados por NASFT a cerca de los resultados del mismo:

- 85% de todos los visitantes de la feria autorizaban compras de forma directa o formaban parte del proceso de decisión de compras
- 50% de los compradores hicieron pedidos en la misma feria
- 93% de los asistentes dijeron que la feria había llegado o sobrepasado sus expectativas
- 90% dijeron que el show permite conocer las últimas tendencias y estar actualizado en el Mercado
- 89% consiguieron contactos y relaciones comerciales para futuras negociaciones

No obstante, y aún habiendo en la feria un amplio número de visitantes, las oportunidades de encontrar importadores a los productos españoles se hizo bastante difícil. Esto fue debido a que los importadores y distribuidores no estaban dispuestos o interesados en importar productos nuevos, ni aumentar las importaciones que ya realizaban, sino que buscaban vender las que ya tenían. Estos datos dieron lugar, una vez más, a determinar la crisis mundial actual como factor más importante a la hora de tomar decisiones comerciales y cambiar la forma de actuación de los actores del mercado.

D. 37ª EDICIÓN DE LOS PREMIOS SOFI

Desde hace años y al mismo tiempo que la Fancy Food, se dan cita los premios Sofi™, concurso en el que se eligen los productos más característicos de toda la feria de la mano de un panel de catadores especializados y los favoritos por el público asistente que los degusta. Más de 550 compradores, el doble que en años anteriores, votaron y dieron puntuación para decidir al ganador de este año y a los mejores de las 33 categorías que se exponen en la feria.

Ann Daw, presidenta de la asociación organizadora- NASFT, afirmó durante la entrega de estatuillas que ser ganador de uno de estos premios asegura las ventas a nivel mundial de los productos de la marca.

Estatuillas de Oro para las 33 categorías

- **DENOMINADO MEJOR PRODUCTO REVELACIÓN DEL SHOW-** New England Herbal Foods - Danielle Roasted Coconut Chips.
- Aperitivo, salsa o pasta de untar: Argo Fine Foods - Tzatziki
- Cereales, ingredientes de pastelería o pastelería: Mari's New York - Caramel Sea Salt Brownie
- Queso o productos diarios: Cypress Grove Chevre - Truffle Tremor
- Chocolate: John Kelly Chocolates Truffle Fudge Bites - Dark Chocolate with French Grey Sea Salt
- Clasicos: Sarabeth's Kitchen - Blood Orange Marmalade
- Bebidas frias: Aliseo Foods - Fresh Squeezed Blood Orange Juice
- Condimentos: Au Printemps Gourmet/Brickstone Fine Foods - Caramelized Onion and Blood Orange Confit
- Confitería: Dufflet - Caramel Crackle™ - Almond & Pistachio
- Galletas: Desserts On Us - Laceys® Dark Chocolate Almond
- Salsas para cocinar y potenciadores del sabor: Appledore Cove - Seaside Barbecue Sauce
- Crackers: 34 Degrees - 34° Rosemary Crispbread
- Postres e ingredientes para postre: PreGel AMERICA - Pink Grapefruit Super Sprint
- Productos de dieta y de "estilos de vida especiales": Kitchen Table Bakers - Aged Parmesan Mini Crisps
- Regalo: O Olive Oil - O Balsamic Vinegar Trio

- Congelados: Sukhi's Gourmet Indian Foods - Sukhi's Samosa with Chutney
- Bebidas calientes: Jayone Foods - Yuzu Citrus Tea
- Embases, innovaciones e inventos: Vervacious - Vervacious Collection
- Mermeladas, mieles, similares: Magnolia Honey Company - Raspberry William
- Carne, paté y alimentos de mar: Nueske's Applewood Smoked Meats - Nueske's Applewood Smoked Bacon
- Especialidades no-alimenticias: Wildly Delicious Fine Foods - Petite Maisons' Red Brie Baker
- Aceite: Tesori of Sicily Terraliva "Cherubino" Extra Virgin Olive Oil
- Salsa de Pastas: Dave's Gourmet - Dave's Gourmet Butternut Squash Pasta Sauce
- Pasta, Arroz y Grano: Bove's of Vermont - Bove's Lasagna
- Productos perecederos: Ciao Bella Gelato - Key Lime Graham Cracker Gelato
- Productos para mascotas: DOGSWELL VEGGIE LIFE® HAPPY HIPS® Chicken & Apple
- Aliños de ensalada: Lucini Italia - Delicate Cucumber & Shallot Artisan Vinaigrette
- Estantería-mesa, major producto: Sid Wainer & Son Specialty Produce & Specialty Foods - Sakurachi Sa Yuzu Marmalade
- Snack: Anette's Chocolate Factory - Triple Nut Kentucky Bourbon Brittle
- **TIE:** Sopa, Consomé o chili: Elena's - Mediterranean Stew San Angel Mole Co.- San Angel Mole Cascabel Sauce
- USDA-Producto orgánico certificado: Organic Nectars - Pistachio Gelato
- Vinagre: Ritrovo Italian Regional Foods - Ritrovo Selections Aged Balsamic Vinegar
- Línea de productos: DeMedici Imports - A L'Olivier

E. ENLACES DE INTERÉS

Premios Sofi 2009 online:

<http://www.youtube.com/nasft>

Fancy Food Show overview:

http://www.youtube.com/watch?v=hruOR13EiQ&feature=channel_page

Blog de la Summer fancy Food, NASFT y premios Sofi:

<http://nasft.wordpress.com/>

Grupo oficial de Facefok:

<http://www.facebook.com/fancyfoodshows>

Productos exhibidos en la feria:

<http://www.specialtyfood.com/do/fancyFoodShow/ExhibitorList>

F. FOTOS DE LA FERIA





