

SIAL 2008

19 Dec 2008 | de Romina Ardelean



[1]

Targul international de bunuri de larg consum de la Paris si-a indeplinit pe deplin obiectivele, in ciuda climatului economic global actual. Afluenta de expozanti si vizitatori poate fi explicata prin faptul ca nu exista un alt eveniment care sa reuneasca mai bine intreaga oferta din industria alimentara. SIAL este, deasupra tuturor aspectelor, cea mai buna reflectare a diversitatii acestei industrii. Companii, produse, trenduri, inovatii, tematici ale momentului prezent - toate reunite in cinci zile pline de evenimente.

Daca ar fi sa transpunem importanta evenimentului in cifre, datele ar arata astfel: 215.000 mp spatiu de expozitie, 5.500 de expozanti (cu 4% mai mult ca la editia precedenta din 2006) cu precadere din industria internationala (78%). De asemenea, s-a inregistrat si o crestere a numarului de vizitatori, mai mult de 145.000, 55% dintre acestia din alte tari decat tara organizatoare. Nu mai putin de 200 de evenimente, conferinte si work-shop-uri au condimentat targul, in topul atentiei fiind

cele legate de inovatie si nutritie. Acestea au incercat sa gaseasca solutii la tematici de actualitate, precum: impactul schimbarii stilului de viata asupra dietei, superfructele, superalimentele si superingredientele viitorului, noile criterii care guverneaza decizia de cumparare a consumatorilor, dar si despre noutatile din industria alimentara si cea a frumusetii. Ca si in cazul editiei precedente, un interes deosebit l-au prezentat evenimentele legate de categoria vinurilor.

Prezenta romaneasca la Sial 2008

Pentru tara noastra anul acesta a reprezentat o premiera, fiind primul in care a beneficiat de propriul pavilion de expunere. De asemenea, am regasit Romania si pe lista tarilor cu cea mai rapida crestere a numarului de expozanti, care a atins numarul de 17: Akibud Prod, Boromir Ind, Conted Food, Croco, Dobrogea Grup, European Drinks, Florelia Prod Cominpex, Galmopan, Klevek Factory, Leader International, Multipack, Pro Escar, Rommac Trade, Ro-Star, Sam Mills, Scandia Romana, Vascar.

Prin urmare, nu este decat normal ca sa cautam sa aflam impresii in urma participarii lor. Iata in continuare parerea celor care au avut amabilitatea sa ne raspunda:

- Tudor Marginean - Marketing Director, Scandia Romana Segmentul mancarurilor conservate, acolo unde compania Scandia Romania activeaza, trece printr-o perioada de imbunatatire de la retete pana la ambalaj si chiar pana la modul de comunicare a brandurilor, dupa cum stiam deja din propriile cercetari de piata, dar am observat si mai bine odata cu participarea la SIAL 2008. Tendintele sunt din ce in ce mai mult orientate catre alimente cu aport pozitiv in dieta sanatoasa a consumatorului si, mai ales, din ce in ce mai mult catre satisfacerea unor nevoi de baza ale consumatorului care, el insusi a devenit mai informat si mai greu de influentat prin mijloace clasice de marketing: usurinta in consum (ambalaje de polietilena si compusi care pot fi sterilizati si rezista la incalzire in cuptor, pachete care ofera solutii de „meal“ complete), mancare sanatoasa (ingrediente organice sau bio, produse de dieta) si respectiv mancare traditionala - autentica - perceputa ca superior valorica retetelor noi si avangardiste ale anilor '90.

Am observat de asemenea ca exista interes sporit din partea potentialilor parteneri vest-europeni pentru produse facute si ambalate in tarile Europei Centrale si Estice, in primul rand datorita preturilor

foarte competitive cat si datorita cresterii calitatii produselor si a investitiilor in tehnologie care s-au facut in ultimul timp in Europa Centrala si de Est. Aceasta a facut produsele din aceasta zona competitive cu cele din Europa Vestica, insa nu trebuie sa uitam ca avem de infruntat la raft produse si branduri prezente de sute de ani pe pietele Europei Vestice.

Poate si de aceea reprezentarea Europei Centrale si de Est a fost destul de buna la aceasta editie a SIAL, au fost prezenti atat marii producatori din zona, cat si producatori medii si chiar mici, insa prezenta nu a fost suficient de unitara si nu a fost pusa in valoare suficient experienta unor branduri campion din aceasta zona a Europei.

Referitor la participarea companiilor din Romania, cred ca prezenta Romaniei la acest targ este necesara si deosebit de importanta, de aceea indemn pe cei care nu au participat sa o faca in editiile viitoare ale acestui impresionant eveniment din industria alimentara. Anul acesta a fost bine sa fim acolo si a insemnat mult sa fim vazuti la acest targ. Companiile romanesti s-au prezentat bine la aceasta editie SIAL 2008, insa e foarte important ca acest efort sa fie sustinut si in viitor, atat de ministerele de resort, cat si de companii, pentru ca marcele si produsele lor sa fie tot mai vazute pe piata mondiala. -

Valentina Elena Bonciu - Import-Export Manager, ROSTAR Am observat la aceasta editie a targului reconfirmarea tendintelor din piata: categoriile care se dezvoltă sunt, in general, produse naturale, produse bio, produse pentru copii si dietetice. Ambalaje individuale de calitate superioara, partial transparente, oferind posibilitatea clientului sa vizualizeze produsul si, totodata, sa asigure conservabilitatea lui, ambalarea in atmosfera modificata (nu schimba caracteristicile produsului din punct de vedere microbiologic). Prezente pe piata in cantitate din ce in ce mai mare sunt si ambalajele intermediare, caracteristice produselor cu gramaj mic, asigurand o mai buna pozitionare a acestora in raft. Tendinta in piata este data de produse fara zahar, cu continut scazut de calorii si imbogatite cu fibre, acestea fiind necesare pentru o mai buna functionare a tubului digestiv si a altor functii ale organismului, si au proprietatea de a modera semnificativ cresterea nepermisa a colesterolului sangvin. In programul de proiectare si planificare pe anul 2009 al firmei noastre se afla producerea a doua sortimente de biscuiti pentru diabetici (cu seminte de in si cu fulgi de ovaz) si imbunatatirea gamei de biscuiti pentru copii cu un complex vitaminic si mineral bogat.

Impresia mea este ca are loc alinierea produselor romanesti la cerintele Uniunii Europene.

- Cristina Marcus – Event Coordinator, SAM MILLS Pe langa aspectele cu caracter general – noutati, tendinte etc. – in domeniul nostru de activitate am observat cu precadere trei aspecte: o crestere a cererii si o presiune pe pret asupra produselor din categoria morarit, dezvoltarea marilor private si dezvoltarea categoriilor de produse dietetice. Numai analizand datele oficiale putem observa ca a existat o mare participare est – europeana, precum si un interes crescut fata de aceasta, tocmai plecand de la nevoia de a sti directiile de dezvoltare ale produselor, ale calitatii si nu in ultimul rand al evolutiei preturilor, care devin tot mai competitive pe plan international. Si companiile din Romania au inceput sa se arate tot mai interesate de participarea la diferite expozitii internationale, ca urmare a constientizarii nevoii de adaptare a ofertei la cerintele si la trendurile vestice.

Pentru noi participarea la un astfel de targ este cu atat mai importanta cu cat o mare parte din atentia noastra este canalizata pe partea de export. De aceea, fiind momentan prezenti pe patru continente, Europa, Africa, Asia si Statele Unite ale Americii, si respectiv 16 tari, ca Israel, Italia, Turcia, Germania, Statele Unite ale Americii, Brazilia, Spania, Cehia, Polonia, Slovacia, Marea Britanie etc., asteptam de la 2009 o intensificare a prezentei la nivel international. De altfel, avem programate si deschiderea a doua noi filiale, la Kiev si Moscova, care se adauga celor patru deja existente: Istanbul, Londra, Florida si Rastatt. Totodata, pentru 2009 planuim o promovare agresiva a brandului, nationala si internationala, cu scopul cresterii notorietatii acestuia.

Ne vedem peste doi ani

Expozantii romani prezenti la SIAL 2008 au concluzionat in unanimitate ca obiectivul principal, cel legat de volumul de export, a fost atins prin stabilirea mai multor contacte pe piata internationala, cu mari companii din industria alimentara mondiala.

Pentru informatii detaliate despre evenimentele desfasurate in cadrul actualei editii a targului, dar si pentru informatii despre ce trebuie sa faceti ca sa luati parte la editia de peste doi ani, puteti gasi accesand <http://en.sial.fr/ExposiumCms/do/admin/visu?reqCode=accueil> [2]

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articles/sial-2008>

Legături

[1] https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images//mp_110_targ.jpg

[2] <http://en.sial.fr/ExposiumCms/do/admin/visu?reqCode=accueil>