

INFORME FINAL FERIA NATURAL AND ORGANIC PRODUCTS EUROPE 2008

I.- El 13 y 14 de abril pasado tuvo lugar, en el predio de exposiciones "Olympia" de la ciudad de Londres, una nueva edición de la feria comercial "Natural & Organic Products Europe" (www.naturalproducts.co.uk).

II.- La Embajada Argentina tuvo a su cargo la organización y coordinación de la participación argentina en el mismo, habiéndose tratado de la segunda vez consecutiva en que nuestro país asiste al mencionado evento. En esta oportunidad se participó a través de un pabellón nacional de 20mts.2, de los cuales 6mts.2 correspondieron a la empresa importadora y distribuidora de alimentos argentinos "Building Bridges Ltd." (dulce de leche orgánico, yerba mate orgánico y mermeladas "Cuyen" orgánicas -www.buildingbridgesltd.com-); 5mts.2 a la empresa vitivinícola "Vinecol" (www.vinecol.com.ar), que estuvo representada por su agente importador y distribuidor; y 9mts.2 a esta Embajada.

III.- Dentro del espacio correspondiente a esta Representación participaron las siguientes entidades y/o empresas argentinas:

- Wines of Argentina (estuvo representada por un miembro de la oficina de WofA en Londres y agentes importadores / distribuidores de Michel Torino, Santa Ana, Mediterra Brand, Familia Zuccardi y La Riojana);

- Della Zia (salsas y mermeladas orgánicas a base de fruta y vino - www.dellazia.com.ar-);

- Vivero Humus (berries o frutos del bosque orgánicos -www.viverohumus.com.ar-);

- Heredia Imagining Infusions (te e infusiones orgánicos - www.laboratoriosheredia.com-);

- Organización Internacional Agropecuaria (certificadora de productos orgánicos - www.oia.com.ar-);

- José (té e infusiones orgánicos -www.jose-organic.com-);

- Bodegas y Viñedos JC Fantelli e Hijos (vinos orgánicos -www.bodegafantelli.com-);

- AMS Foods International S.A. (barra de cereales -www.naturecrops.co.uk / www.amsgroup.com.ar-).

IV.- De estas empresas y/o entidades, solamente AMS Foods International S.A. envió a un representante desde Buenos Aires, su Director Comercial (Sr. Mark Kadee). Las demás (a excepción de WofA, que como ya se mencionara estuvo representada por un miembro de su oficina en Londres y agentes distribuidores de las bodegas argentinas mencionadas en el punto anterior) remitieron oportunamente a esta Representación muestras y folletería. La empresa "Productos de Campo SRL" (miel - www.mielgranmama.com.ar-) que en un comienzo también iba a participar de esta feria, finalmente no pudo hacerlo, ya que sus muestras no llegaron a tiempo.

El stand de la embajada fue atendido por el Sr. Mark Kadee de AMS Foods International S.A. y WofA en lo que respecta a sus propios productos (barras de

cereales y vinos orgánicos y de comercio justo, respectivamente) y por personal de esta Representación en lo que se refiere a los demás productos en exhibición. A este respecto, se realizaron degustaciones de té e infusiones, vinos de la bodega Fantelli y mermeladas de la empresa Della Zia. También se exhibieron y distribuyeron folletería de turismo de la Secretaría de Turismo de la Nación, un informe sintético preparado por esta Representación sobre el sector orgánico argentino, material de la SAGPyA (como la publicación "Argentina: The land where wholesome food grows") y folletería de la OIA y de las empresas arriba mencionadas. También se expusieron, adornando el stand y como en otras ocasiones, algunos productos de la empresa argentina "Gattorna" (www.gattorna.com.ar -en particular sacacorchos y porta botellas de cuero-).

Por su parte, y a solicitud de la compañía Della Zia, se inscribió uno de sus productos ("jalea orgánica de naranjas al malbec") en el concurso "Best organic food product", del cual finalmente no salió premiado.

V.- El pabellón estuvo situado en un lugar preferencial del predio, siendo muy visible, habiéndose consistido en una isla abierta en forma de cuadrado. En cada una de las cuatro esquinas o vértices, en la parte superior, se colocaron estandartes ("banners") con los colores de nuestra bandera, y en cada lado, en el medio (también en la parte superior), pequeños carteles con las leyendas "Food of Argentina" (en uno de los costados -el atendido por el Sr. Kadee y personal de esta Embajada), "Wines of Argentina" (en otro de los costados -atendido por WofA-) y "Building Bridges Ltd. (Che Organics)" y "Bodega Vinocol - Vinos Organicos " en sus respectivos lados.

El stand, al ser abierto y ofrecer degustaciones, invitaba al público a recorrerlo, habiéndose recibido numerosos visitantes y consultas a lo largo de los dos días de duración de la feria, incluyendo de compradores de las principales cadenas de tiendas orgánicas, supermercados y negocios como Harvey Nichols o proveedores de Selfridges y Harrods. También se recibió la visita del corresponsal de La Nación (escribiría una nota para el suplemento Comercio Exterior de los días martes) y de una periodista de la Agencia de noticias EFE, como de representantes de Embajadas acreditadas en ésta, particularmente latinoamericanas, que se encontraban visitando la feria (i.e.: Chile, Perú, Colombia). Hubo una gran demanda de folletos de las empresas, de la OIA y de la Secretaría de Turismo. En todos los casos hubo un fuerte interés no solo de compradores y distribuidores del Reino Unido sino también para España, Francia y EE.UU.

VI. Además del pabellón argentino, otros países también estuvieron presentes con sus respectivos pabellones, como ser Australia, España, Italia, Malasia, Países Bajos, Nueva Zelanda, EE.UU. y Gales. También exhibieron en forma individual empresas extranjeras provenientes de otros países como Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Egipto, Francia, Alemania, Grecia, China (Hong Kong), India, Indonesia, Irlanda, Corea del Sur, México, Noruega, Portugal, Rumania, Sudáfrica, Sri Lanka, Suiza y Uganda.

VII.- A continuación se destacan principales conclusiones de esta segunda participación argentina:

1.- Al igual que el año pasado, se percibió la presente edición de la feria como muy dinámica y concurrida. Ello constituye un reflejo del dinamismo y auge del sector orgánico en el Reino Unido, que en el período 2004-2006 ha venido creciendo a tasas

anuales promedio del 26%, habiendo alcanzado ya ventas anuales por un valor de 4 mil millones de dólares.

2.- El pabellón argentino despertó numerosos elogios (tanto por su ubicación como por su diseño) e interés. En este sentido, se estima que nuestra presencia fue nuevamente importante para promover el carácter natural de los alimentos argentinos, así como el sector orgánico y de "Comercio Justo".

3.- Es de destacar también el creciente interés que estaría despertando en el sector empresarial argentino comenzar a incursionar, o profundizar la presencia, en este mercado, conforme lo demuestra el hecho de que unas diez empresas y/o entidades manifestaran interés en participar del pabellón nacional.

4.- Lo antedicho sería consecuencia de que, según un reciente informe del SENASA ("Situación de la Producción Orgánica en la Argentina durante el año 2007"), el Reino Unido se habría ya posicionado como nuestro segundo mercado de exportación para el sector de alimentos orgánicos, detrás de Alemania.

VIII.- Algunas de las fotos tomadas en esta oportunidad ya se pueden ver en el website de esta Representación (www.argentine-embassy-uk.org), en la Galería de Fotos de la sección "Economía y Comercio".