

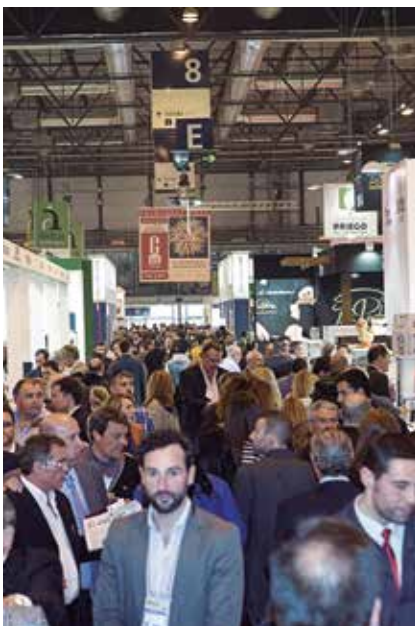
# Gourmets

EL SALÓN DE LO MÁS EXCLUSIVO

FERNANDO BALMASEDA. DIRECTOR DEL CERTAMEN

## “Cerca de la mitad de los profesionales que visitan el salón son responsables del punto de venta”

Se trata de una edición especial, el Salón de Gourmets (SG) cumple 30 años de éxito con una tendencia creciente por el consumo de productos de calidad. Repasamos con el director del certamen los hitos que marcarán la feria, que este año se celebrará del 4 al 7 de abril.



**RETAILACTUAL (RA).** Este año están de aniversario, echando mirando hacia atrás ¿qué balance hacen de estos 30 años?

Fernando Balmaseda (FB). No puede ser más positivo: comenzamos con 73 expositores y 1.800 productos, hemos ido creciendo en participantes, delicatessen y prestigio, tanto nacional como internacional. En 1987, el objetivo era divulgar la 'bondad del producto gourmet' un mercado que estaba aún por descubrir, poco a poco fue fascinando tanto a los profesionales como al público en general. A raíz de la repercusión que tuvieron las primeras ferias, nadie quería perderse la oportunidad de exponer, ni dejar de visitar la única muestra de alimen-

tos y bebidas de calidad de Europa. Así comenzó a percibirse un considerable aumento de productos de importación, muy novedosos y con unos originales formatos, que marcarían las tendencias gastronómicas de la época, convirtiéndose en un revulsivo para el sector gastronómico español.

**RA. Desde entonces se ha incrementado de manera exponencial la participación...**

FB. Actualmente en el Salón de Gourmets se exponen unas 35.000 delicatessen y acuden más de 80.000 visitantes profesionales que lo consideran la plataforma más eficiente para establecer contactos y cerrar lucrativos negocios.

El interés general por los productos de alta gama también ha sufrido un cambio radical, motivo por el cual la organización inauguró el Taller de los Sentidos Gourmets en 2000, un espacio en el que pueden descubrir toda la información sobre los alimentos: aceites de oliva, embutidos, vinos, pan, frutas... aclarar dudas y donde los expertos responden a sus preguntas de una manera entretenida.

**RA. ¿El éxito del salón es un fiel reflejo del interés por la alimentación con valor añadido?**

FB. La demanda del mercado español por un producto de mayor calidad ha ido en aumento y muestra de ello es la positiva evolución del Salón de Gourmets, con el que hemos contribuido a la construcción de un sector agroalimentario fuerte, que actualmente ejerce como motor de crecimiento económico del país. Sin duda, el consumidor final muestra cada vez un mayor interés y un mayor conocimiento. Por eso proliferan las tiendas gourmet especializadas o espacios delicatessen en las grandes superficies que ofrecen productos para un cliente más exigente según indica el Informe del Consumo de Alimentación en España 2014, publicado por el Magrama. Según este estudio, la calidad es el factor determinante para el consumidor a la hora de comprar suponiendo casi el 60%, una cifra que ha aumentado desde 2006 y que refleja que vamos por el buen camino.

**RA. ¿Cree que las empresas se han "puesto las pilas" para atender esta demanda?**

FB. Nuestras ciudades cuentan con numerosas tiendas especializadas, establecimientos gourmet y todas las grandes superficies cuentan con un espacio dedicado a los alimentos de calidad. De más de 80.000 profesionales que acuden anualmente al SG, el 43,7% son propietarios, presidentes, directores generales o gerentes de tiendas que han mostrado su interés por

**» El Salón de Gourmets ha pasado de los 73 expositores que participaron en la primera edición a más de 1.400 y 80.000 visitantes profesionales.**

adquirir productos exclusivos y satisfacer el reclamo de estos "consumidores delicatessen".

**Novedades de la XXX edición**

**RA. En un año de celebración ¿existe programación especial?**

FB. Una de las primicias son las 'Mesas Redondas Gourmets' que reunirán a los mayores representantes del sector agroalimentario: empresarios, cocineros, sumilleres... debatirán sobre el origen, presente y futuro de un universo gastronómico en constante evolución y que será "continuación" de aquellas 4 mesas redondas que se celebraron a finales de los años 70.

En el espacio 'Cocinas del Mundo', se dará un gran despliegue de productos foráneos, degustaciones y showcookings que permitirán a los visitantes descubrir sabores exóticos y las especialidades culinarias. Andalucía será la comunidad autónoma invitada que exhibirá su amplio abanico de productos agroalimentarios y pesqueros. Otra novedad destacada es que se vuelve a celebrar en el Salón de Gourmets el 22 Campeonato de España de Sumilleres Glorioso, organizado por UAES y Grupo Gourmets, un concurso en el que los participantes deberán demostrar sus amplios conocimientos vinícolas.

**RA. A punto de empezar nuestro recorrido por el salón, ¿nos puede decir qué es lo que más nos puede sorprender en este viaje?**

FB. Visita obligatoria es la 24ª edición de 'Nuevos Productos', donde se encuentran las ideas más innovadoras y vanguardistas en unas espaciosas vitrinas acristaladas; estratégicamente colocados podremos conocer los más de 1.000 alimentos y bebidas de calidad que iniciaron su comercialización a partir de mayo de 2015.



Este año el salón contará con mesas redondas y nuevos certámenes

También merece la pena asistir a cualquiera de los campeonatos que se celebran en el transcurso de los 4 días –en 2015 se celebraron más de 465–. El de cortadores de jamón, de abridores de ostras, el 7º Campeonato de los Mejores Quesos de España, GourmetQuesos o el de Tapas para Gourmets y el 3º Campeonato Nacional de Tiraje de Cerveza

Sin duda, y más esta edición tan especial, el Salón de Gourmets es la mayor exposición de productos y alimentos de calidad de Europa, por lo tanto todo lo que alberga es sorprendente por sí mismo, nada decepciona, porque durante cuatro jornadas implica una inmersión completa en el profundo universo gastronómico. **RA**

# LOS PUNTOS FUERTES DE LA EDICIÓN

Por delante cuatro intensos días de feria en los que se darán a conocer las novedades delicatessen que marcarán el mercado gourmet en los próximos meses. En estas líneas va un pequeño aperitivo del programa para ir abriendo boca.

**S**alón de Gourmets está de aniversario y un rápido vistazo al programa ya denota que la organización ha querido celebrar la ocasión como se merece. Con Andalucía como comunidad invitada, además de la exposición de miles de productos delicatessen que marcarán tendencia en los establecimientos especializados y espacios gourmet de las superficies comerciales, existen actividades para todos los gustos.

Junto con la gastronomía andaluza, el resto de regiones del país también tendrán una presencia destacada y el apoyo de sus administraciones territoriales, al igual que las empresas que quieran importar sus productos y organismos como el ICEX, que asesora sobre cómo iniciar la aventura de exportar. Destacan por su cantidad, la oferta en vinos (32%); aceites, conservas y condimentos (42%), y jamones, chacinería (18%).

Pero, además de la propia zona expositiva, el Salón de Gourmets es mucho más. Degustaciones, concursos, muestras y mesas redondas que ayudarán a profundizar en el universo de lo más exclusivo y de vanguardia, tanto en alimentación como en bebidas. Destaca la apuesta por potenciar la variedad de quesos que existe en nuestro país, no hay que olvidar que hay reconocidas 27 Denominaciones de Origen e Indicación Geográfica Protegida, a las que hay que sumar al menos otras 50 variedades tradicionales y más de un centenar de nueva creación.

Para dar a conocer los excelentes y exquisitos quesos tradicionales, a los que hay que sumar los nuevos artesanos y ecológicos elaborados en la actualidad y que muchos de ellos son aún grandes desconocidos para el público, el espacio monográfico GourmetQuesos celebrará su XVI edición, comandada por el maestro quesero José Luis Martín, donde se expondrán para su cata los mejores quesos, tanto nacionales como internacionales.

## XXX SALÓN DE GOURMETS

### Pabellones 4, 6 y 8 de Feria de Madrid

Participación aproximada de 1.400 expositores, 35.000 productos, 1.100 novedades, 80.000 visitantes profesionales, así como una fuerte presencia de productos extranjeros.

Patrocinadores:

**Estrella Galicia** repite como cerveza oficial, **Cabreiroa** como agua oficial y **Nespresso** será el café oficial de esta edición.

Acreditación online\*:

Acceso para 1 día: 35 €

Acceso para los 4 días: 55 €

Acreditación en el taquilla de Ifema\*:

Acceso para 1 día: 60 €


Acceso para los 4 días: 90 €

Horario: 10:00 - 19:00 h (L, M, X)

10:00 - 17:00 h (J)

Actividades:

- Business Center / ICEX
- Mesa Redonda Gourmets 1976 - 2016: 40 años de evolución.
- 1976 - 2016: La revolución vinícola
- Exposición de Nuevos Productos
- Concurso de Cortadores de Jamón / Dehesa de Extremadura
- Campeonato de España de Sumilleres Glorioso, UAES / Grupo Gourmets
- Campeonato de España de Abridores de Ostras-Écailleurs / Daniel Sorlut
- Concurso de Cócteles de Orujo / Panizo

También el jamón será protagonista en un concurso para cortar la loncha perfecta, que según el decálogo del corte de jamón ibérico Dehesa de Extremadura "deben ser muy finas, casi transparentes, abarcando el ancho de la pieza y sin ser más largas de 6 ó 7 centímetros". Cómo no, regado del mejor vino, al que se le dedicarán varias actividades, entre ellas el XXII Campeonato de España de Sumilleres, convocado por el Grupo Gourmets y la Unión de Asociaciones Españolas de Sumilleres -UAES-. 



Descarga el programa de actividades

LA ALIMENTACIÓN SE APUNTA AL VISUAL MERCHANDISING DE LA MODA

**CÓMO CONSEGUIR TODA UNA 'GOURMET EXPERIENCE' EN NUESTRA TIENDA**

Cada vez más supermercados se suman a la nueva corriente de consumo de productos de alimentación de calidad, ofreciendo a sus clientes la experiencia de probar lo mejor de nuestro país y del extranjero. Se están creando verdaderos espacios de ocio entorno a lo delicatessen y uno se pregunta... ¿Qué quiere decir crear una "Gourmet Experience"?

Ana Suárez-Pumariega, de RenovaCreaIntegra, especializada en escaparatismo y visual merchandising, explica que actualmente se está produciendo el fenómeno prêt-à-porter en el sector alimentario. "Los productos característicos nacionales como internacionales están de moda y reciben el trato del textil. Han comenzado a exponerse en los supermercados como si de una colección se tratase".

Productos tradicionales como quesos, vinos, embutido, carne y verduras del país, actualmente se han "vestido" con un traje gourmet. "Lo cierto es que causan furor en el extranjero y por qué no, en nosotros mismos", recalca Suárez-Pumariega. También existe la tendencia inversa los productos internacionales como el salmón, el frankfurt, el shusi o la pasta italiana hecha a mano como los mas destacados.

**Guiar al cliente por un recorrido y rentabilizarlo**

Las estrategias de visual merchandising que se están llevando a cabo consisten en crear islas en mitad del pasillo y activar la sección mediante técnicas como las que hemos visto cientos de veces en tiendas de ropa. Este espectáculo central produce una venta cruzada donde otros productos, de gama más baja, se van a ver beneficiados. Si colocamos los productos con la estrategia adecuada guiaremos al cliente a lo



Los productos de alimentación son organizados como si de una colección se tratara, lo que genera más ventas

largo del recorrido, cumpliendo los objetivos económicos del establecimiento.

El cliente logra una experiencia sensitiva completa, asegurándonos la venta ligada a una emoción. Esto es lo que llamamos valor añadido del producto. Técnicas que parecían pertenecer a un sector determinado como es el textil están produciendo cambios en la alimentación y en los beneficios en el punto de venta. Podemos decir que mejora la imagen general del supermercado y a la vez provoca cambios de conducta del consumidor hacia el producto, ahora considerado gourmet, gracias a la acogida Internacional que tienen.



**SOMOS UNA CENTRAL DE COMPRAS**

ASOCIAMOS A DISTRIBUIDORES DE: ALIMENTACIÓN, HOSTELERÍA, CÁTERING, COLECTIVIDADES, ETC.

FUNDADA EN 1994 - CON MÁS DE 3.000 REFERENCIAS CON MARCAS PROPIAS Y CONVENIOS CON MÁS DE 200 PROVEEDORES

GRANDES MARCAS HORECA S.L. - C/ BOLSA, 14 - 28012 MADRID - TEL: 913 198 584 - FAX: 915 227 760 - MOV- 659 427 033 - gmh@gmh.es - www.gmh.es