



INFORME
DE FERIA

2021



NOFF21 & ELS / Nordic Organic Food Fair & Eco Life Scandinavia

Malmö
17-18 de noviembre de 2021

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Copenhague

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

15 de diciembre de 2021
Copenhague

Este informe ha sido realizado por
Nicole Roldán Tercero

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Copenhague

<http://Dinamarca.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-21-013-8



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	8
3. Tendencias y novedades presentadas	18
3.1. Zona de innovación	19
4. Valoración	21
4.1. Valoración de la feria	21
4.2. Valoración participación española	22
4.3. Recomendaciones	22
5. Anexos	24





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

NORDIC ORGANIC FOOD FAIR & ECO LIFE SCANDINAVIA (NOFF21 & ELS)

Fechas de celebración del evento

La Nordic Organic Food Fair junto con Eco Life Scandinavia se celebró del 17-18 de noviembre de 2021.

Fechas de la próxima edición

Del 16-17 de noviembre de 2022.

Frecuencia, periodicidad

La feria es de carácter anual.

Lugar de celebración

MalmöMässan Exhibition & Congress Center. Dirección: Mässgatan 6, 215 32 Malmö, Sweden.

Horario de la feria

Miércoles y jueves de 10:00-17:00 GMT.

Precios de entrada

La entrada a la feria es gratuita para los visitantes que se registren con anticipación. Para aquellos que no se hayan preinscrito, se aplicará un cargo de entrada de 20 € en la puerta. La inscripción gratuita cerró a las 17.00 GMT del martes 15 de noviembre de 2021.





Precios del espacio:

Esquema "Shell"	Solo espacio	Start ups
<ul style="list-style-type: none"> • Esquema Shell (paneles de pared) • Alfombra • Focos • Toma de corriente • 1 mesa y 2 sillas • Señalización del nombre de la empresa en el stand. • Entrada estándar en el folleto de la feria y en el sitio web del evento • Limpieza de stand • Número ilimitado de invitaciones personalizadas gratuitas • Tasas de registro y administración 	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de diseñar y designar su propio contrato de stand • Entrada estándar en el folleto de la feria y en el sitio web del evento • Limpieza de stand • Número ilimitado de invitaciones personalizadas gratuitas • Tasas de registro y administración 	<ul style="list-style-type: none"> • 1,5 m² x 1,5 m² de espacio • Pared trasera con logo de la empresa. • Alfombra • Focos • Toma de corriente • 1 x podio • Seguro • App de captura de datos • Entrada estándar en el folleto de la feria y en el sitio web del evento • Limpieza de stand • Número ilimitado de invitaciones personalizadas gratuitas • Tasas de registro y administración
420 € (por m²)*	390 € (por m²)*	999 € (paquete todo incluido)

*+10 % para los stands que estén en esquina o tenga una ubicación *premium*.

Costes adicionales al precio del espacio:

- **Seguro de expositor:** 125 €. Si no se tiene seguro, la organización cobra esta cantidad en la primera factura junto a la tarifa de participación. En caso de contar con un seguro aprobado por la aseguradora del evento, no se realizará ningún cargo.
- **App de captura de datos:** 99 €. Herramienta que permite escanear las credenciales de los visitantes y recopilar información.

Superficie:

Área de exhibición interior: 4.561 m².

Tipo de visitantes:

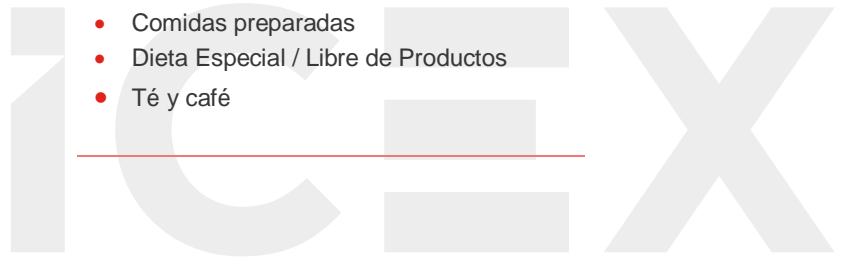
Nordic Organic Food Fair y Eco Life Scandinavia son eventos exclusivamente comerciales y no están abiertos al público en general. La admisión está restringida a profesionales que trabajan en la industria de productos naturales y orgánicos. Es posible que se solicite verificación del estado "comercial".



Sectores y productos representados:

Sectores y productos

- Alimentación infantil
- Productos precocinados
- Cereales, pastas y legumbres
- Alimentos refrigerados y congelados
- Condimentos, encurtidos y aderezos
- Confitería / Dulces y Snacks
- Productos lácteos
- Delicatessen y alimentos de especialidad
- Gastronomía étnica
- Ingredientes alimenticios
- Productos frescos
- Alimentos funcionales y bebidas
- Hierbas y especias
- Zumos y refrescos
- Comida y bebida de origen local
- Productos cárnicos
- Alimentos crudos
- Comidas preparadas
- Dieta Especial / Libre de Productos
- Té y café



Otros datos de interés.

• Cómo llegar a Malmö:

- **Desde España:** Malmö tiene vuelos directos con España desde Barcelona, Madrid, Málaga, Alicante y Valencia.
- **Desde España-Copenhague:** se puede volar Madrid-Copenhague con una duración aproximada de 4h (40 €), después coger un tren Copenhague - Malmö de duración aproximada 30 min (13€) y por último 15 minutos en taxi hasta MalmöMässan Exhibition & Congress Center. También se puede volar a Dinamarca desde otras ciudades españolas como Barcelona, Málaga, Alicante o Palma.
- **Desde Copenhague:** la forma más fácil y cómoda es en tren desde Copenhagen Central Station. La duración del trayecto es de unos 20 minutos aproximadamente.
- **Desde Estocolmo:** Se puede volar desde las ciudades españolas de Barcelona, Madrid, Málaga, Alicante y Palma. Una vez en Estocolmo se recomienda coger un tren a Malmö aproximadamente de 4 horas de trayecto (55€).



- **Página web:**

- Nordic Organic Food Fair: <https://www.nordicorganicexpo.com/>
- Eco Life Scandinavia: <https://www.ecolifeshow.com/>

- **Actividades de promoción de las ferias por parte de la Oficina Económica y Comercial de España en Copenhague**

El equipo de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Copenhague visitó esta edición de la feria Nordic Organic Food Fair & Eco Life Scandinavia 2021 con el objetivo de observar las tendencias del mercado de los productos orgánicos en Escandinavia, y más en concreto, en Dinamarca, así como conocer la opinión de las empresas españolas que pudieran estar presentes. Otro de los objetivos fue identificar distribuidores y agentes daneses interesados en información y en posibles colaboraciones con empresas y firmas de España, así como empresas danesas interesadas en importar productos españoles.

Por otro lado, asistir a las ferias es fundamental para analizar novedades en productos orgánicos y naturales, tendencias, actividades promocionales y conocer más sobre el momento actual de consumo de estos productos en Dinamarca y el resto de los países nórdicos. Además, conversar con los equipos de la organización fue clave para conocer aún más cómo evolucionan este tipo de eventos profesionales en el país y qué impresión tienen del sector, la satisfacción de los clientes a nivel de negocio, el perfil de los visitantes, compradores y su posicionamiento como feria profesional.

El equipo realizó una visita a NOFF & ELS 2021 durante la segunda jornada, en la que se observó el ambiente general de la feria, las empresas participantes y se obtuvieron detalles sobre las novedades y productos allí presentados.

También se establecieron nuevos contactos locales y se dieron a conocer los servicios de la oficina entre las empresas allí reunidas. Asimismo, se visitaron los stands de todas las empresas españolas presentes en la feria, con el fin de conocer sus impresiones y de presentarles los servicios y la predisposición a ayudarles de la oficina comercial en Copenhague, Dinamarca.

- **Colaboradores:**

Life, Foodbev Media, IFOAM Organics Europe, BUTIKSTRENDER, Region Skane, AMA BIO SIEGEL -Geprüfte Qualität Austria-, Organic & Wellness News, Vegconomist -the vegan business magazine-, Natural Newsdesk, Natural Organic Cosmetics -Sweden-, REN MAT, Naturligt om hälsa, Terveystuotetukut Ry -Health product Wholesalers in Finland.



2. Descripción y evolución de la Feria

“Nordic Organic Food Fair” (NOFF) & “Eco Life Scandinavia” (ELS) son dos ferias consolidadas y de referencia en el sector de los productos orgánicos en Escandinavia que se celebran conjuntamente desde 2012. Mientras que NOFF se centra en la promoción de alimentación y bebidas no alcohólicas orgánicas. ELS, anteriormente llamada “Natural Products of Scandinavia” se centra en productos de cosmética y belleza orgánicos y ecológicos. ELS es la única feria nórdica dedicada al estilo de vida ecológico; salud, nutrición, ropa, artículos para el hogar, productos de limpieza, cuidado personal, belleza consciente y cuidado de la piel.

En noviembre de 2021 se celebró la octava edición de la feria, después de que la edición de 2020 se cancelara con motivo de la actual pandemia mundial de la COVID-19. En este evento, las empresas participantes tienen acceso a los actores del sector que conforman el mercado de la alimentación y cosmética ecológica en Escandinavia (Dinamarca, Suecia, Noruega, Islandia y Finlandia).

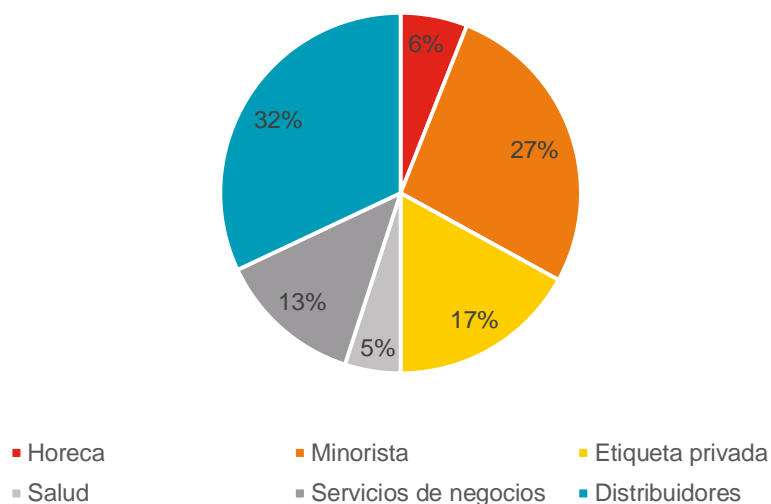
En esta edición de NOFF & ELS 2021, la feria ha contado con 450 expositores, cifra inferior a ediciones anteriores debido a las restricciones y miedo ocasionado por la pandemia, pero, aun así, el número ha sido elevado y ha cumplido con las expectativas de los organizadores, quienes han afirmado que este hecho demuestra que el interés por la feria y por el sector se mantiene en auge. Este evento refuerza su posición año tras año como líder del sector en la región nórdica y supone un punto de referencia en el mundo de la alimentación y cosmética ecológica. Liderado por Suecia y Dinamarca, Escandinavia es la región “eco” más dinámica a nivel mundial.

NOFF & ELS es, por lo tanto, un punto de encuentro en la región nórdica para aquellas empresas del sector con interés en estar presente en la misma.

La proporción de expositores y visitantes en la edición de 2021 fue de 450 expositores y 3675 visitantes de toda Europa, incluidos Polonia, Francia, Finlandia, Reino Unido, Italia, España, Bélgica y Alemania.

De entre los visitantes, los perfiles son muy variados, tratándose principalmente de compradores comerciales clave de los principales supermercados, minoristas en línea, grandes almacenes, mayoristas y distribuidores, importadores y exportadores, tiendas de salud y farmacias, y servicios de comida tanto privados como públicos. A continuación, se muestra un gráfico con el porcentaje correspondiente a cada tipo de negocio:

PRINCIPALES TIPOS DE PERFIL DE LOS VISITANTES EN LA FERIA NOFF & ELS 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del [folleto de la feria NOFF & ELS \(2021\)](#).

- **Horeca:** café, tiendas de sándwich, restaurantes, hoteles y catering.
- **Salud:** profesionales de la salud, nutricionistas, terapeutas, practicantes y farmacéuticos.
- **Minoristas:** minoristas de belleza, minoristas de comida, tiendas de comida saludable, minoristas especializados, minoristas *online* tiendas de conveniencia, tiendas *gourmet* o *delicatessen*, supermercados.
- **Servicios de negocios:** asociaciones, servicios de negocios, negocios de embalaje, consultores, medios de comunicación, y sector público.
- **Etiqueta privada**
- **Distribuidores:** distribuidores, importadores y exportadores y mayoristas de comida, salud y belleza.

Las ferias Nordic Organic Food Fair & Eco Life Scandinavia están ubicada una al lado de la otra dentro del mismo recinto ferial (MalmöMässan), lo que brinda la situación idónea para que tanto las empresas de productos alimentarios naturales y orgánicos, como las de productos de belleza y cuidado personal se conecten, hagan crecer sus negocios y estén al tanto de las novedades y oportunidades del mercado. Sin embargo, pese a estar en el mismo recinto, ambas ferias tienen su propia identidad y marca individual. Los dos eventos cuentan con campañas de marketing personalizadas para sus visitantes y expositores, asegurando de ese modo, que la audiencia a la que se dirigen es la adecuada.

Esta edición de NOFF21 & ELS se dividió en 3 categorías:



Natural Health & Beauty Scandinavia

Productos de cuidado personal y para el cuidado de la piel naturales, orgánicos y veganos. Una categoría de fuerte crecimiento entre los consumidores de Escandinavia, que incorpora VMS, belleza consciente, alimentos ecológicos para el hogar y alimentos saludables.

- **Expositores:** Marcas establecidas, nuevas empresas y fabricantes y proveedores líderes de cuidado personal, cuidado de la piel, cuidado del cabello, cosméticos, cuidado del cuerpo, cuidado solar, minerales, cuidado masculino, vitaminas y minerales, suplementos, nutrición deportiva, vida ecológica y mucho más.
- **Visitantes:** múltiples cadenas minoristas de belleza, supermercados y grandes almacenes, importadores y exportadores, mayoristas y distribuidores, tiendas de salud, minoristas en línea y salones de belleza.



Scandinavia Vegan

Productos sin ingredientes animales. El auge del veganismo es una de las tendencias más importantes en el sector alimentario, ya que cada día son más los consumidores que adoptan los hábitos de una dieta sin carne. Sin duda, este sector está en continuo crecimiento y se está convirtiendo en una de las corrientes principales de los países nórdicos.

- **Expositores:** marcas establecidas, nuevas empresas y fabricantes y proveedores líderes de alimentos, bebidas, suplementos, alimentos para mascotas y cosméticos veganos, además de muchos más expositores regionales e internacionales.
- **Visitantes:** Varias cadenas minoristas, supermercados, grandes almacenes, importadores y exportadores, mayoristas, servicio de alimentos, cafés y restaurantes, catering y distribuidores por contrato.



Free from Scandinavia

Free From Scandinavia se establece como una de las categorías minoristas de más rápido crecimiento en Escandinavia. Free From Scandinavia es la primera feria comercial nórdica dedicada que ofrece un escaparate anual que promueve este importante sector.

- **Expositores:** Una gran variedad de marcas de alimentos, productores locales y proveedores internacionales que ofrecen una amplia colección de productos alimenticios y bebidas deliciosos y saludables. Libre de: gluten, azúcar, alérgenos, lactosa, nueces, soja, aceite de palma, OGM, lácteos, empaques y mucho más.
- **Visitantes:** Minoristas independientes, especialistas y múltiples de alimentos, supermercados, grandes almacenes, mayoristas, distribuidores, importadores y exportadores de alimentos, restaurantes, hoteles y empresas de catering por contrato.

En el siguiente plano se puede observar la localización de los distintos pabellones de la feria en esta edición de noviembre 2021:



Fuente: [Nordic Organic Food Fair & Eco Life Scandinavia 2021](#)



Como se puede observar, el plano está dividido por colores. Seguidamente se procede a describir las características de cada área:

- Rojo - Nordic Organic Food Fair (269 empresas)
- Verde - Eco Life Scandinavia (101 empresas)
- Violeta – Natural Health & Beauty Scandinavia (53 empresas)
- Verde oscuro – Vegan Scandinavia (29 empresas)

Además, en esta edición del NOFF & ELS21, países como Canadá, Corea del Sur, Polonia, Suecia, Suiza, Dinamarca o asociaciones como EXTENDA contaron con pabellones para sus empresas.




Durante la feria también se podía asistir a conferencias y seminarios impartidos en los distintos teatros habilitados dentro de la feria; The Natural Theatre, The Natural Beauty Theatre y The Organic Theatre. Cada uno de los espacios estaba destinado a una temática específica y en cada uno de ellos se profundizaba sobre las tendencias e innovaciones globales, a la vez que se daban a conocer nuevos productos de este sector. Durante los dos días de feria se llevaron a cabo un total de 40 charlas, con una duración aproximada de 45 minutos, mayoritariamente desarrolladas en inglés, y con asistencia gratuita.

En la feria participaron un total de 15 empresas españolas. De ellas, 9 se encontraban en el Espacio Andalucía (organizado por EXTENDA – Andalucía Exportación e Inversión Extranjera-). A continuación, se detallan las empresas españolas asistentes a la edición 2021 de Nordic Organic Food Fair & Eco Life Scandinavia:

- Active Quinoa Protein: <https://activequinoa.com/>
- Alma teas and herbal infusions – Fincafe: <https://www.coffee-center.es/>
- Bealar, S.L: <https://www.bealar.com/>
- Delicious & Sons: <https://www.deliciousandsons.com/>
- EXTENDA S.A.: <https://www.extenda.es/>
 - Aceitera Peninsular Española S.L.: <http://www.aceiterapeninsular.com>
 - Aceites Valderrama: <http://www.valderrama.es>
 - Andalucía Export: <http://www.andaluciaexport.com>
 - Balcon de Nijar: <http://www.balcondenijar.com>
 - Biotropic: <http://www.biotropic.com>
 - Frumaco: <http://www.frumaco.com>
 - Landaluz: <https://landaluz.es/>
 - Oleoestepa S.C.A.: <http://www.oleoestepa.com>
 - Vegaverde: <http://www.vegaverde.es>
- Onesimum: <https://onesimum.com/>
- Siete Cuarenta Natural SL: <http://refixyourself.com/>

Las empresas españolas expositoras fuera del Espacio EXTENDA gestionaron su participación de forma independiente con la organización de la feria.




A continuación, se muestra el listado de las empresas españolas que participaron en la feria junto con su procedencia y sus productos.

EMPRESA	FOTO FERIA	PROCEDENCIA	PRODUCTOS
<p>Active Quinoa Protein</p>		<p>Alicante</p>	<p>Proteínas a base de quinoa</p>
<p>Delicious & Sons</p>		<p>Barcelona</p>	<p>Pates vegetales, salsas, cremas balsámicas</p>
<p>Aceitera Peninsular Española S.L.</p>		<p>Andalucía</p>	<p>Aceite de oliva y de aguacate</p>






<p>Aceite de Oliva Valderrama, S.L</p>		<p>Andalucía</p>	<p>Aceite de Oliva</p>
<p>Andalucía Export</p>		<p>Andalucía</p>	<p>Frutas y verduras frescas (convencionales y orgánicas)</p>
<p>Balcón de Níjar</p>		<p>Andalucía</p>	<p>Frutas y verduras frescas</p>
<p>Biotropic</p>		<p>Andalucía</p>	<p>Frutas y verduras frescas</p>



<p>Frumaco S.L.</p>			<p>Andalucía</p>	<p>Productos orgánicos con aguacate</p>
<p>Landaluz, Andalusian Fine Goods</p>			<p>Andalucía</p>	<p>(Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía) es una agrupación de empresas andaluzas. En el stand se agruparon las siguientes empresas: Hacienda Guzmán, Barbadillo, Lola envasados ecológicos, Ecológicos San Blas, Panadería artesana OBANDO, Sazonadores ANDUNATURA.</p>
<p>Oleoestepa S.C.A.</p>			<p>Andalucía</p>	<p>Aceite de Oliva Virgen Extra</p>



<p>Vegaverde</p>		<p>Andalucía</p>	<p>Aceite de Oliva</p>
<p>Onesimum</p>		<p>Madrid</p>	<p>Galletas, chocolates, vinos, aceites, conservas, mermeladas, almíbares, pimentones</p>
<p>Siete Cuarenta Natural S.L (REFIX)</p>		<p>A Coruña</p>	<p>Bebida orgánica de recuperación hecha con agua de mar</p>

Fuente: Elaboración propia



Según los datos aportados por la organización de NOFF21 & ELS, entre los visitantes hubo representantes de empresas de renombre como:

7-Eleven	Chefs Culinar AB	Findus Foodservices	IKEA Food Services AB	Midsona	Softskin.Se
Aarstiderne	Cloetta Sverige AB	Flying Tiger Copenhagen	Irma	nemlig.com	Spendrups Bryggeri AB
Aduki Oy	Coop Danmark A/S	GoBamboo AS	Kesko	NETTO	Kung Markatta
Apotekernes Amba	Coop Sverige	greenskin.dk	Lantmannen Cerealia AB	Nordic Vet Shop	Stena Line
ARKET (H&M)g	DagliBrugsen	Gron Fokus	Lidl Danmark K/S	Norganic AS	Sunkost Kjede AS
Arla Foods	Dasmeja	Helsam A/S	Life	Orkla Foods	Svensk Cater
Axfood	DermaPharm A/S	Hemmakvall AB	Magasin Du Nord	Renee Voltaire AB	Talman Luomu Oy
BC Catering	Ecolink Oy	Holland and Barrett	Matas A/S	Ruohonjuuri Oy	Tetra Pak Sverige AB
Bergendahls Food AB	Electrolux Professional	ICA Sverige AB	MatHem	Salling Group	Total Produce Nordic A/S
Biofood AB	Fazer Kvarn AB	ICA Sverige	Menigo Group Sweden	Scandic hotels	WeMake



Fuente: [Nordic Organic Food Fair & Eco Life Scandinavia 2021](#)

3. Tendencias y novedades presentadas

Las tendencias y novedades presentadas por las empresas en la feria siguen la línea de otros años, ofreciéndose una gran variedad de productos, que pueden diferenciarse en distintas categorías.

La **Nordic Organic Food Fair** se centra en alimentación y bebidas orgánicas. Dentro de este ámbito, se puede distinguir las siguientes categorías de productos:

- **Productos comestibles cuyo origen y procesos de producción son ecológicos.** Entre ellos se incluyen embutidos ibéricos, frutos secos, fruta deshidratada, dulces y repostería, aceite de oliva, queso, productos frescos (frutas y verduras), productos lácteos, miel, condimentos, salsas e infusiones.
- **Zumos y bebidas ecológicas.** Dentro de esta categoría se podía encontrar una gran oferta de zumos de frutas, así como “*smoothies*” de frutas y verduras. Cabe destacar la enorme presencia de bebidas elaboradas con jengibre, ya sea mezclado con otras frutas o bien presentadas en “*shots*”. Igualmente destacan las bebidas vegetales a base de soja, avena, quinoa y coco.
- **Bebidas sin alcohol.** Puesto que en la Nordic Organic Food Fair la presencia de bebidas alcohólicas está prohibida (esto se reserva para el espacio paralelo dedicado a Naked Drinks) destaca la presencia de bebidas sin alcohol como café orgánico, kombucha, cerveza *Pale Ale*.
- **Platos preparados y precocinados vegetarianos y veganos.** Destacan aquellos que se posicionan como sustitutivos de los típicos platos con carne como las salchichas o el chorizo además de otras versiones de gastronomía internacional como chili con carne o fajitas. Estos platos utilizan como base legumbres y cereales como soja, avena, arroz, quinoa y tofu.
- **Snacks**, de entre los que destacan por encima del resto las *rawbars* o barritas, la mayoría elaboradas a base de ingredientes naturales y sin azúcares añadidos y siendo sus ingredientes base los dátiles, la chía, las semillas o los frutos secos. Como novedad algunas de estas barritas incluyen entre sus ingredientes verduras lo que hace que sus cualidades nutritivas sean más completas. En esta edición de NOFF también han destacado las patatas fritas integrales y ricas en fibra elaboradas con restos de granos de cerveza.
- **Complementos nutricionales:** aceites esenciales, suplementos nutricionales y nutrición saludable.

Por otra parte, **Eco Life Scandinavia** reúne los productos ecológicos no alimenticios y basado en un estilo de vida saludable. Destacan fundamentalmente la cosmética orgánica, entre los que están maquillaje y productos de belleza elaborado a base de ingredientes naturales, ácido hialurónico, macro-antioxidantes y vitaminas. Siguiendo la línea del año pasado, muchas empresas presentaron “bebidas cosméticas”, basadas en componentes como el colágeno, con propiedades orgánicas y saludables que ayudan a mantener la salud de la piel y el cabello.

Los productos orgánicos que se presentaron en esta edición 2021 de la feria contaban en su mayoría con un componente innovador, por no ser productos típicos de la industria de los orgánicos, como por ejemplo alternativas veganas para la carne o el pescado, o bien por la puesta en marcha de un marketing dinámico. Este tipo de promoción convence al consumidor de sus propiedades saludables a la vez que mantienen sus características de productos de calidad y sabrosos.

De esta manera, en un apartado de la Nordic Organic Food Fair se podía encontrar la Zona de Innovación, en la cual previamente las empresas habían presentado productos que se exhibían y a votación del público de la feria optaban a diferentes premios. A continuación, se incluye más información sobre esta sección de la feria.

3.1. Zona de innovación

Una de las zonas más atractivas de la feria es el área de innovación. Este espacio está especialmente diseñado para dar a conocer los productos más novedosos e innovadores de las empresas expositoras, con menos de un año en el mercado. Cada empresa puede inscribir aquellos productos que quiera exhibir en este espacio antes de la celebración de la feria. Algunos de los productos de empresas españolas expuestos en la zona de innovación fueron los siguientes:

- Las proteínas hechas a base de quinoa de la empresa “Active Quinoa”:



Fuente: [Nordic Organic Food Fair & Eco Life Scandinavia 2021](#)

- El Alioli de naranja y azafrán orgánico de Delicious & Sons:



Fuente: [Nordic Organic Food Fair & Eco Life Scandinavia 2021](#)

- El agua de mar alcalina de REFIX:



Fuente: [Nordic Organic Food Fair & Eco Life Scandinavia 2021](#)

Los productos seleccionados aparecieron en el folleto de presentación de Innovation Zone Awards que se entregó a los visitantes al comienzo de la feria. Durante la feria, los visitantes pudieron votar su producto favorito en cada categoría y los ganadores de cada categoría se nombran al final de la primera jornada de la feria. A continuación, se enumeran las diferentes categorías disponibles para optar al premio de innovación:

CATEGORIAS:

- Mejor nuevo producto Eco / Natural Living (6 productos inscritos)
- Mejor producto no alimenticio orgánico (4 productos inscritos)
- Mejor nuevo producto de salud y nutrición (20 productos inscritos)
- Mejor nuevo producto de belleza natural (cosméticos, cuidado del cabello, suplemento de belleza) (28 productos inscritos)
- Mejor nuevo producto natural para el cuidado de la piel (cara y cuerpo) (25 productos inscritos)
- Mejor nuevo producto de bebida natural (14 productos inscritos)
- Mejor nuevo alimento dietético natural especial (vegetariano, vegano, libre de) (14 productos inscritos)
- Mejor nuevo producto alimenticio natural (10 productos inscritos)
- Mejor nuevo producto de bebida / bebida orgánica (7 productos inscritos)
- Mejor nuevo alimento orgánico de dieta especial (vegetariano, vegano) (33 productos inscritos)
- Mejor nuevo producto de alimentos orgánicos (8 productos inscritos)



4. Valoración

4.1. Valoración de la feria

La Nordic Organic Food Fair es una feria de tamaño reducido si se compara con otras como Biofach o Anuga en Alemania. No obstante, es una gran oportunidad para la entrada al mercado nórdico por parte de las empresas españolas. El Espacio España con el que ICEX ha contado en ediciones anteriores (2019) para apoyar a las empresas supuso un incentivo para las empresas españolas para inscribirse como participantes y poder dar a conocer sus productos a los visitantes de la feria. Esta iniciativa ha tenido lugar en los últimos años y su evolución ha sido muy positiva en las últimas ediciones. En el caso de esta edición, EXTENDA puso a disposición de las empresas andaluzas un pabellón agrupado.

La demanda de productos ecológicos en los países nórdicos ha aumentado en los últimos años considerablemente haciendo de este un mercado con oportunidades para las empresas españolas. Las tendencias hacia un estilo de vida más saludable y una fuerte concienciación hacia el respeto del medio ambiente se ven reflejados en la oferta existente de productos ecológicos, desde alimentos y bebidas hasta cosmética y utensilios del día a día.

Igualmente, el consumidor nórdico está dispuesto a pagar un mayor precio por los productos con sello ecológico siempre que estos proporcionen mayores beneficios para la salud y sean elaborados de forma respetuosa con el medio ambiente.

Esta feria supone una excelente plataforma para el lanzamiento de nuevos productos y para el aumento de la visibilidad de las marcas españolas en el mercado escandinavo. De igual manera es una gran oportunidad para establecer relaciones comerciales y conseguir un incremento de las ventas, a través del contacto con nuevos compradores. Estos eventos suponen un punto de encuentro para empresas y sus socios comerciales y permiten además fortalecer las relaciones ya establecidas. Los principales actores del sector de la distribución de alimentación en Dinamarca y Suecia asisten a la feria, siendo una buena ocasión para generar contacto en el mercado nórdico. Además, a la feria asisten otros representantes del sector de la restauración de Dinamarca, Suecia y países vecinos. También asisten a la feria numerosos agentes independientes y minoristas especializados en alimentación.

La feria proporciona asimismo un escenario óptimo para la investigación de las nuevas tendencias del mercado de los productos ecológicos. Así, se puede observar la acogida de los visitantes a ciertas categorías de productos y analizar la oferta de los competidores.

4.2. Valoración participación española

Una parte importante de la participación española se encontraba representada bajo el Espacio Andalucía, España organizado por EXTENDA. El emplazamiento era privilegiado y el gran tamaño y la luminosidad del stand hacían que tuviese gran visibilidad desde cualquier punto de la feria. El diseño, renovado para esta edición de la feria, era espacioso, moderno y llamativo lo que generaba una gran atracción entre los visitantes. El Espacio Andalucía aportaba valor añadido a las empresas españolas que participaban en él, otorgando una imagen región fuerte, innovadora y actualizada.

Entre la participación española se encontraban empresas que acudían por primera vez y otras que ya habían participado en ediciones anteriores. Los primeros buscaban una llave de entrada principalmente en el mercado sueco y danés, al ser los de mayor tamaño, mientras que los segundos buscaban afianzar su posición en la región nórdica.

No obstante, es importante destacar que para aquellas empresas que acudieron con aceite de oliva, la experiencia no fue del todo favorable. Se trata de un mercado relativamente maduro y está liderado por marcas y productores de origen italiano. Además, la demanda es baja, siendo el nicho de mercado de aceite de oliva pequeño en los países nórdicos, pues se cocina más con mantequilla y aceite de colza (de producción nacional). Además, los productos italianos se introdujeron ya en este mercado años atrás y cuentan con una buena estrategia de marketing que ha conseguido que sean vistos como productos de alta calidad.

Por otro lado, en esta última edición de NOFF21 & ELS, debido a las restricciones ocasionadas por la pandemia mundial de la COVID-19, la participación e interacción con potenciales clientes no ha sido la esperada por las empresas. Pesé a ello, y de acuerdo con los comentarios intercambiados con muchas de las empresas, no se arrepienten de haber participado en la feria ya que les ha permitido darse a conocer, así como intercambiar impresiones con el resto de las empresas del sector y estar al tanto de las novedades. Además, algunas de las empresas españolas han afirmado que NOFF ofrece una gran oportunidad de darse a conocer y hacer contactos con potenciales clientes no solo nórdicos, si no de todo el mundo y, más concretamente, de países como EE. UU. o Arabia Saudí.

También nos comentaron algunas empresas expositoras, tanto empresas españolas como danesas, que al tener más tiempo habían tenido la oportunidad de visitar otros stands en la feria y obtener algunos contactos.

4.3. Recomendaciones

Es importante señalar que los productos expuestos en las zonas dedicadas exclusivamente a productos ecológicos tienen que cumplir con la normativa de certificación de la Unión Europea. Además, es conveniente saber que tanto en Dinamarca como en Suecia existen otros tipos de etiquetado, aún más populares, entre los consumidores locales.



En el caso de Dinamarca, se ha desarrollado una normativa interna propia para productos ecológicos, los cuales poseen su propia certificación nacional, mucho más extendida y reconocida en el país que la propia certificación europea. La marca danesa Ø es la certificación ecológica danesa y se concede a aquellos productos que, como mínimo, hayan sido empaquetados en Dinamarca y se hayan sometido al control por parte de las autoridades danesas¹.



En el caso de Suecia, se trata de la etiqueta KRAV, que además de cumplir con la normativa común europea puede incluir una serie de requisitos adicionales, pudiendo ser más restrictivos, dependiendo del producto. Se ha podido comprobar en estudios realizados por KRAV, que este etiquetado es en Suecia más reconocido que el de la Unión Europea. Por ello, se recomienda a las empresas que deseen entrar en el mercado sueco, consulten la posibilidad de comercializar sus productos a través de importadores que cuenten con dicha certificación.

A continuación, se presentan los organismos suecos acreditados para certificar con la normativa KRAV. De todos ellos, los tres últimos realizan certificaciones en el extranjero²:

- Debio
- HS Certifiering
- Intertek Certification
- SMAK
- Kiwa Sverige
- ProSanitas Certifiering
- Valiguard

Se recomienda a las empresas interesadas en asistir a la próxima edición de la feria que previamente analicen los expositores y tendencias del mercado, ya que estas difieren de las españolas, para que el desarrollo del evento sea lo más fructífero posible. Además, se recomienda la lectura del Estudio de mercado sobre los Alimentos Ecológicos en Dinamarca 2020 elaborado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Copenhague, así como el Estudio de mercado sobre productos ecológicos en Suecia elaborado por la Oficina Económica y Comercial en Suecia, y cuyas referencias y enlaces de descarga se incluyen en el apartado Anexos de este informe:

¹ <https://www.foedevarestyrelsen.dk/Leksikon/Sider/%C3%98-m%C3%A6rket.aspx>

² <https://www.krav.se/>



5. Anexos

Enlaces de interés:

- Página web NOFF 2021:
www.nordicorganicexpo.com/
- Listado de expositores NOFF & ELS 2021:
<https://exhibitormanual.ecolifeshow.com/>
- Seminarios NOFF 2021:
<https://www.ecolifeshow.com/education-2021/>
- Publicaciones en prensa NOFF 2021:
<https://www.ecolifeshow.com/category/show-news/>
- Guía NOFF 2021:
<https://www.nordicorganicexpo.com/wp-content/uploads/2021/03/Nordic-Organic-Food-Fair-Exhibitor-Brochure-2021.pdf>
- EM: El mercado de alimentos ecológicos en Dinamarca 2020:
<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2020860362.html?idPais=DK>
- EM: El mercado de los alimentos y las bebidas ecológicas en Suecia 2019:
www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudiosinformes/DOC2019838975.html?idPais=SE
- Web del recinto ferial MalmöMässan:
<https://www.malmomassan.se/>

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones