



**PARTICIPACION PERUANA EN LA MISION
SALON DU CHOCOLAT – París 2010**

Maria del Pilar Alarcón

Departamento de Agro y Agroindustrias

Promperu

INFORME DE FERIA LA MISION DE SALON DU CHOCOLAT 2010

INDICE

Resumen Ejecutivo

- I. Antecedentes y Justificación
- II. Ficha Técnica de la feria
- III. Información Comercial
 - 4.1 Nichos de mercados
 - 4.2 Nuevas tendencias
 - 4.3 Nuevas tecnologías
- V. Participación del Perú
 - 5.1 Expositores nacionales
 - 5.2 Productos exhibidos
 - 5.3 Actividades de promoción
 - 5.4 Resultados
 - 5.4.1 Cuantitativos
 - 5.4.2 Cualitativos
- VI. Conclusiones y Recomendaciones

I.- RESUMEN EJECUTIVO

El Perú está considerado como productor y proveedor de cacao fino y de aroma y quiere continuar posicionando estas calidades así como aquellos con certificaciones orgánicas y de sostenibilidad, Cabe mencionar que el Perú es considerado segundo productor de cacao orgánico a nivel mundial después de República Dominicana. Las certificaciones como la de orgánicos y fairtrade es una estrategia de producción y comercialización, que nos permite diferenciar la producción peruana y reconocer con un mayor precio las prácticas amigables con el ambiente y el reconocimiento económico a la base productiva, exige asimismo ofertar un producto de superior calidad en términos de aroma y sabor (calidad organoléptica).

El cacao es uno de los productos peruanos que ha venido registrando las tasas más altas de crecimiento en sus exportaciones. Desde el 2005 a la fecha, las exportaciones de cacao y derivados han mostrado un crecimiento del 87% en volumen y un 121% en su valor.

La cadena de producción del cacao es una de las más importantes del país. Tiene un efecto directo en las economías de cada región por lo que toda iniciativa para la mejora en la productividad y rentabilidad que contribuya a reducir los niveles de pobreza de las comunidades, generará un impacto positivo en los ingresos de las familias cacaoteras

II.- ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION

El boom del cacao peruano es innegable, detrás de todos esos reconocimientos se encuentran miles de pequeños agricultores peruanos que han decidido unirse en organizaciones, cooperativas para hacer empresa y competir en los exigentes mercados internacionales con un cacao de excelente calidad, un arduo trabajo de años que ahora empieza a rendir sus frutos.

La Visita de Pierre Marcollini, fabricante belga de chocolates finos internacionalmente reconocido. <http://www.marcolini.be/>, quien hizo promoción de su reportaje sobre cacao nativo peruano en principales medios franceses y belgas, así como la difusión de spot de cacao nativo peruano marca Althereco en los cines franceses. <http://www.alterecopacific.com/home.html>, son eventos que han dado a conocer el cacao de origen peruano y sus atributos entre la élite de los grandes fabricantes de chocolatería fina, y aún más en los consumidores europeos y de otras nacionalidades. Identificándose un nicho importante de cacaos especiales que puede ser atendido por las características organolépticas y de calidad que lo diferencian de otras variedades.

Las perspectivas del cacao orgánico se visualizan alentadoras, ya que hay aunados muchos esfuerzos con el fin de incrementar la calidad y productividad de los certificados. Esta plataforma nos debe servir como base para contribuir a la promoción internacional de este producto, en ese sentido se llevó a cabo la 1ra edición del Salon del Cacao y Chocolate que se llevó a cabo en Lima en julio del 2010

III.- FICHA TECNICA DE LA FERIA

- Ámbito** : París, Francia
- Fecha** : 28 de octubre al 01 de noviembre 2010
- Web** : www.salonduchocolat.fr
- Frecuencia** : Anual, con ediciones en: Estados Unidos, China, Japón, España, Egipto, Rusia e Italia. Siendo Francia la sede principal de la feria.

Director /organizador : Event International

Descripción:

El Salon du Chocolat, el mayor evento mundial consagrado al chocolate, fue creado en 1994 por Sylvie Douce y François Jeantet. Desde entonces la empresa organizadora, ha celebrado más de 60 ediciones en 7 países, en las principales ciudades del mundo, 15 en París, 12 en Nueva York, 14 en Japón en siete ciudades diferentes (entre ellas Tokio, Kyoto y Nagoya), 3 en Moscú, 2 en China... En total, 3 millones de visitantes en el mundo, más de 1.000 recetas elaboradas por los chefs más famosos de la restauración.

Tipo de visitantes:

Fabricantes de chocolates finos y especiales

Minoristas, supermercados

Consumidores finales europeos (Francia, Bélgica, Suiza, Alemania, entre otros).

Eventos:

- Concurso Granos de Excelencia 2010

Perú participará con 10 muestras seleccionadas en el Concurso Nacional de Cacao Peruano, Organizado por la Asociación Peruana de Productores de Cacao, con apoyo del Ministerio de Agricultura y la cooperación internacional.

- The Chocolate Awards.

- The Fashion Show.

- Seminario comercial.

IV.- INFORMACION COMERCIAL

4.1.- Nichos de Mercado

Los cacaos especiales atienden a un nicho de mercado en Europa por su calidad y por ser considerado cacao fino y de aroma. Por otro lado, hay un nicho importante para los cacaos nativos.

La tendencia por consumir sano y en forma responsable, le dan a Perú una ventaja más frente a sus competidores por, las certificaciones de orgánico y comercio justo que se están desarrollando.

En el Salon Du Chocolat se apreció el posicionamiento que está tomando Perú en la industria del chocolate, al encontrar empresas de chocolates finos como BONNAT, ALTHERECO exhibiendo chocolate fabricado con cacao peruano.



La visita de compradores al stand de Perú fue diversificada, compradores procedentes de EE.UU., Canadá, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Holanda, Francia, Corea y México llegaron a contactar a las organizaciones sobre a todos a aquellos que cuentan con certificaciones ecológicas y sostenibles.

4.2- Nuevas tendencias : Empaques y Presentaciones

Las nuevas tendencias del mercado indican que los países productores no solamente deben quedarse en la exportación de materias primas “commodities” sino que deben desarrollarse valores agregados. La presencia de diversos proveedores de empaques así como también la visión de múltiples chocolaterías en torno a las presentaciones finales, permite tener una idea global del concepto Valor Agregado al cacao en grano. Todos los chocolates sin excepción son trabajados con un alto porcentaje de cacao que va desde 55% hasta 99%.



4.3- Nuevas tecnologías

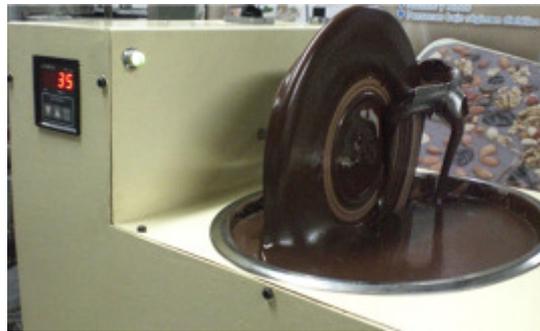
MAQUINARIAS Y EQUIPOS

Dentro de las empresas exhibidoras de maquinarias para elaboración de chocolate, las más relevantes fueron las siguientes:

KUSTNER industries S.A., empresa Suiza fabricante de máquinas personalizadas

Delani Trading Corp, empresa americana que ofrece equipos y maquinarias de origen asiático para elaboración de chocolate.

El interés de los participantes estuvo mas por las moldeadoras de chocolate, moldeadora de chocolate con túnel de enfriamiento, formadoras de chocolate y casquetes, moldes de chocolate y las empacadoras de chocolate en láminas también fueron de interés de los participantes.



V.- PARTICIPACION DEL PERU

5.1- Expositores nacionales

Las siguientes cooperativas y organizaciones de productores participaron en la Feria:

- 1.-Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro
- 2.- Cooperativa Agroindustrial Tocache
- 3.-Cooperativa Agroindustrial Naranjillo
- 4.- Cooperativa Agroindustrial Quinacho
- 5.- Industrias Mayo
- 6.- Qulinaria Peru – Shatell
- 7.- APPCACAO

Perú: Delegación peruana Salon du Chocolat 2010



5.2- Productos exhibidos

Se exhibió un stand integral de la cadena productiva de cacao y chocolate.

5.3- Actividades de promoción

- Durante la feria se distribuyó merchandising elaborado por el Comité organizador.
- Las empresas tuvieron la oportunidad de vender las muestras de chocolate que llevaron.

5.4- Resultados

Los participantes tuvieron la oportunidad de establecer nuevos contactos con empresas interesadas en comprar sus productos semielaborados así como chocolate, algunos de ellos también han podido tener un acercamiento con sus actuales clientes.

5.5- Análisis de la Competencia

Se inició el recorrido con la visita a los stands de países productores de otros orígenes tales como Brasil, Ecuador, República Dominicana, Madagascar con la finalidad de apreciar el trabajo que vienen haciendo con respecto al manejo de las variedades de cacao. Perú presenta ventajas sobre las variedades de sus competidores más cercanos Ecuador y Brasil ya que el cacao criollo con el contamos contiene perfume, aroma y sabor que es buscado por los fabricantes de chocolates finos.



VI CONCLUSIONES

- Luego de la visita al Salon Du Chocolat, se concluye que el consumidor francés prefiere los chocolates bitter en barras y más aún si es con certificación orgánica antes que los bombones y chocolates rellenos
- Los chocolates de Shatel, La Orquídea, Naranjillo y Consorcio Amazónico han podido ser catados por expertos chocolateros, quienes han emitido opiniones importantes para mejorar la calidad tanto de los productos así como de los empaques.
- La tendencia por consumir productos con certificación orgánica y solidaria de comercio justo sigue desarrollándose de manera creciente.
- El desarrollo de los empaques y las diferentes presentaciones de los chocolates que existe en Francia, permite tener un concepto mayor del valor agregado.
- Es importante el desarrollo de una marca colectiva para el cacao en grano peruano que sea asociado con la calidad y preferido por las grandes marcas de chocolate fino.
- El cacao es una fuente de minerales, proteínas, así como vitaminas. El cacao contiene diversas sustancias que le dan propiedades tónicas, estimulantes y antidepresivas. Los polifenoles que contienen los granos de cacao ayudan a reducir el riesgo de accidentes cerebro vasculares.
- Existe interés por parte de importantes empresas chocolateras como Bonnat, Belcolade, en continuar comprando cacao peruano fino.
- Nichos de mercado como las chocolateras Bernachon, Belvas y Jean Paul Hevin miran con mucho interés al cacao peruano.
- Quedó claro que el mercado de comercio justo es el único que apuesta por la rentabilidad, fortalecimiento y diversificación de las organizaciones de productores, siendo el Comercio Justo un símbolo de alta calidad, trazabilidad en toda la cadena.

RECOMENDACIONES.

- Se recomienda cuidar las variedades nativas de cacao ya que estas representan un nicho importante en el mercado europeo.
- Se recomienda a las organizaciones buscar obtener las certificaciones de comercio justo, debido a que representan la sostenibilidad y rentabilidad del productor de cacao.