

FERIA MAISON ET OBJET 2012 – París

Contenido	
I.	Resumen Ejecutivo
II.	Antecedentes y Justificación
III.	Ficha Técnica
IV.	Importancia
V.	Visitantes
VI.	Objetivos de la Participación Peruana
VII.	Beneficios del Evento
	- Beneficios Generales
	- Beneficios Específicos
VIII.	Empresas Peruanas y Productos Demandados
IX.	Resultados Obtenidos y Tendencias
X.	Actividades de Promoción

	FORMATO DE INFORME DE FERIAS INTERNACIONALES	CÓDIGO INF- 06
		VERSIÓN 01
		PÁG. 2 DE 7

I. Resumen Ejecutivo

Del 7 al 11 de setiembre del 2012, se dio la primera participación de una delegación peruana en una de las ferias más representativas de Europa la Maison et Objet de París. Este evento es reconocido por ser uno de los que marca las tendencias de la decoración y el diseño de Europa, siendo visitado por compradores, diseñadores y otros profesionales del sector, quienes buscan nuevos productos y conceptos para sus negocios. Esta actividad fue organizada por PROMPERÚ, La Cámara de Comercio de Lima y contó con el apoyo del Centro de Promoción de Importaciones de Holanda – CBI. Todo enmarcado en un proyecto que incluyó un programa de preparación para el ingreso al mercado europeo, el diseño de productos y la realización de un matchmaking de las empresas participantes con compradores en la feria, cabe mencionar que este programa tuvo una duración de más de un año.

La delegación peruana estuvo compuesta por 7 empresas de las más representativas de Lima y Ayacucho y mostraron lo mejor de la oferta nacional compuesta por textiles artesanales como mantas, cojines y accesorios, cerámica decorativa, muebles de madera y artesanía con productos reciclados.

Estas empresas obtuvieron contactos de negocio con compradores wholesalers, retailers y distribuidores de Francia, Alemania, Bélgica, Suiza y E.E.U.U. Se generaron negocios por 1.5 millones de dólares teniendo un horizonte de 12 meses.

Los productos con mayor demanda en el stand fueron los textiles bordados de Ayacucho, dado a que no cuentan con competencia directa, por la calidad de aplicación de la técnica y los colores utilizados especialmente en el producto cojines.

La presencia de Marca País en el diseño del stand contribuyó a la diferenciación del stand peruano con otras presentaciones. Esto contribuyó a la rápida identificación de los productos en la feria.

Un importante factor de contribución al éxito en este tipo de eventos se da en mostrar una continuidad en la asistencia al mismo, para ser vistos como proveedores serios y con presencia en el mercado, a la vez de mostrar cada año las innovaciones de la oferta exportable.

II. Antecedentes y Justificación

El sector de artículos de regalo y decoración ha venido obteniendo resultados de exportaciones bastante alentadores a pesar de la crisis internacional que empezó en el 2008. Con excepción del 2009, nuestras exportaciones han seguido creciendo sobrepasando en el 2011 la barrera de los 66.8 millones de dólares teniendo a Latinoamérica, E.E.U.U. y Europa como sus principales mercados.

Nuestras exportaciones a Europa en el 2011, bordearon los 9.6 millones de dólares, aumentando en 100% a comparación del 2010, este incremento es notable dado que las exportaciones del sector crecieron en 32.8% en el último año, es decir el bloque europeo ganó participación este último año. Los países europeos más representativos en importaciones de Perú son: España, Italia, Países Bajos, Francia y Alemania.

El mercado francés que importó casi 1 millón de dólares en el 2011, tiene una importancia singular, dado que es el centro del diseño y la decoración de Europa, es por ello que aumentar nuestras exportaciones y presencia en él, contribuiría en la penetración con nuestra oferta a este continente.

PROMPERU dentro de su estrategia de promoción ha priorizado el mercado europeo y norteamericano dado el alto nivel de consumo y la coyuntura favorable de nuestro país, como el hecho de tener una de las economías más sólidas de la región, también el tener a Machupicchu como maravilla del mundo y por último pero no menos importante el lanzamiento de la marca país.

Los eventos de promoción comercial como ferias, misiones comerciales y ruedas de negocio son las principales herramientas utilizadas por PROMPERU, para promover la salida comercial de las empresas del sector. Así encontramos la Feria Maison & Objet, que es la más importante en decoración, tendencias y diseño que tiene Europa y que se realiza en Francia, París en septiembre. La participación en esta feria abriría las puertas a Perú para ingresar a nuevos nichos de mercado.

En las ediciones anteriores de la mencionada feria, se registró participaciones de empresas peruanas con un grupo conformado por el CBI, con relativo éxito. Esta sería la primera participación como delegación

III. Ficha Técnica

Frecuencia: Bianual
Fecha: Del 7 al 11 de septiembre de de 2012
Lugar: Paris Nord Villepinte, París
Superficie: 48,000 m2
Expositores: 4000 empresas; aprox.
Países: 58 aprox.
Visitantes: 85.000 visitas profesionales aprox.
Pabellones:

ETHNIC CHIC.MIC. / Hall 1
HOME TEXTILES. / Hall 2
TABLEWARE. / Hall 3
CRAFT, "L'ESPACE MÉTIERS D'ART" / Hall 4
INTERIOR DECORATION / Halls 4, 5A, 5B
GENERAL GIFT / Hall 6
NEW TRENDS & PROJECTS / Hall 7, Hall 8

IV. Importancia

FERIA MAISON & OBJET 2012, el evento más importante de artículos de regalo y decoración que prepondera las tendencias en diseño y decoración en Europa. Este evento tiene dos ediciones al año, una en febrero y la segunda en diciembre. Esta última en la que se plantea participar.

La feria ofrece la posibilidad de contactarse de manera directa con compradores profesionales de distintos países y continentes, además de poder conocer la oferta de los expositores. El evento se realizará en el Centro de Convenciones Paris Nord Villepinte.

V. Visitantes

Más de 85.400 visitantes y compradores profesionales de más de 85 países. Wholesalers, Retailers, Agentes, Diseñadores y personalidades del sector de la decoración y el diseño son los visitantes del evento.

VI. Objetivos de la Participación Peruana

General

Mostrar la oferta exportable nacional ante los principales compradores profesionales, decoradores y

 <p>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	FORMATO DE INFORME DE FERIAS INTERNACIONALES	CÓDIGO INF- 06
		VERSIÓN 01
		PÁG. 4 DE 7

diseñadores de Francia y los otros países europeos, entre los que se destaca importadores, distribuidores, agentes y tiendas especializadas

Específicos

- 1) Mostrar la oferta peruana del sector ante los principales compradores profesionales de Europa.
- 2) Conocer a la competencia y el tipo de oferta que se muestra en eventos de carácter especializado en este continente.
- 3) Realizar inteligencia comercial que permita identificar oportunidades comerciales en Francia.

VII. Beneficios del Evento

Generales

- Las empresas peruanas lograron contactar a compradores profesionales de distintas países de la Unión Europea y E.E.U.U., además de conocer las nuevas tendencias en colores y productos y los canales de distribución utilizados en la actualidad.

Específicos

- Se mostró la oferta comprendida por productos textiles, artículos de madera y cerámica.
- Se pudieron apreciar productos de otras partes de Sudamérica, Asia, África y Europa.
- Se pudieron apreciar nichos de mercado no atendidos en los retailers y boutiques en las principales ciudades de Francia.

VIII. Empresas Peruanas y Productos Demandados

Esta ha sido la primera participación peruana en la feria. La actividad fue organizada en forma conjunta por PROMPERU y la Cámara de Comercio de Lima

Expositores Nacionales

En el Pabellón Perú expusieron las siguientes empresas:

1. HILOS Y COLORES
2. SUMAQ QARA
3. PATS
4. NUNALAB
5. ROYAL KNIT
6. PERWAQ
7. WEAVERS AND DESIGNERS

Productos Ofrecidos y Requeridos

Estas empresas de Lima y Ayacucho mostraron lo mejor de la oferta nacional compuesta por textiles artesanales como mantas, cojines y accesorios, cerámica decorativa, muebles de madera y artesanía con productos reciclados.

Los productos con mayor demanda en el stand fueron los textiles bordados de Ayacucho, dado a que no cuentan con competencia directa, por la calidad de aplicación de la técnica y los colores utilizados especialmente en el producto cojines.

IX. Resultados Obtenidos y Tendencias

Resultados

- Estas empresas obtuvieron en promedio 54 contactos de negocio, entre los cuales podemos destacar a

wholesalers, retailers y distribuidores de diversas partes del mundo.

- Se negociaron venta de muestras por un valor de US\$ 175,000 y negocios en el mediano plazo (12 meses por 1.5 millones de dólares.

Tendencias

- Se pudo apreciar que las empresas con mayor éxito fueron las que lograron un grado de diferenciación en formas, tamaños y colores.
- Los productos elaborados preservando el medio ambiente llamados “eco friendly”, fueron muy demandados en la feria.
- Los productos hechos a mano son muy apreciados en el mercado y gozaron de la preferencia del público asistente.

X. Actividades de Promoción

Orientación de la Agenda de la Feria

La agenda estuvo orientada a propiciar contactos comerciales, pero también a conocer a la competencia y las tendencias del mercado de la decoración y el diseño.

Directorio de Expositores

Dado a que la participación se dio como stand de oferta exportable, los datos que aparecen en el directorio oficial son los de PROMPERÚ. A continuación les presentamos la información de las 7 empresas participantes:

Nº	Razon Soc.	Contacto	Telefono	Departamento	email	web
1	HILOS Y COLORES	Faustino Flores	(51-66) 31-8001	Ayacucho	faustinoflores@hilosycolores.com	www.hilosycolores.com
2	NUNALAB	Mariela Bazan	(51-1) 696-6058	Lima	mariela.bazan@nunalab.com	www.nunalab.com
3	PARTNERSHIPS AND TECHNOLOGY FOR SUSTAINABILITY - PATS	William Romani Alvarado	(51-1) 222-2762	Lima	w.romani@yahoo.es	www.patsperu.org
4	PERU WARI QUINUA S.A.C.	Roger Enriquez Fernández	(51-1) 351-8169	Lima	perwaq@ciap.org	www.perwaq.com
5	SUMAQQARA E.I.R.L.	Elile Torres Garcia	(51-66) 403165	Ayacucho	sumagqara@sumagqara.com	www.sumagqara.com
6	WEAVERS & DESIGNERS	Marcela Contreras	(51-1) 421-0838	Lima	marcela.contreras@weavers-designers.com	www.weavers-designers.com
7	ROYAL KNIT	Mariela López	(51-1) 4255494	Lima	info@rkperu.com	www.rkperu.com

Rebote de Prensa

- Notas de prensa post-feria:

Ventas por 1.5 millones de dólares esperan empresas que asistieron a feria Maison & Objet en París

<http://economia.deperu.com/2012/09/ventas-por-15-millones-de-dolares.html>

Empresas que asistieron a feria Maison & Objet en París esperan ventas por US\$ 1.5 millones

<http://www.andina.com.pe/Espanol/noticia-empresas-asistieron-a-feria-maison-objet-paris-esperan-ventas-15-millones-428775.aspx>

**Artículos decorativos con alto valor agregado tienen potencial en Europa
 Productos peruanos hechos a mano destacan en importante feria en París**

Empresas & Negocios (Revista de la CCL)



Artículos decorativos con alto valor agregado tienen potencial en Europa

Productos peruanos hechos a mano destacan en importante feria en París

Según cifras del CCEX, en los primeros siete meses del año 2012, los envíos de este sector a la UE sumaron 3,8 millones de dólares, registrando un crecimiento de 33,2% respecto al mismo periodo del año anterior. El potencial para incrementar esta cifra es grande.

EXPORTACIONES DE ARTESANÍA A UE			
(\$ millones - julio 2011-julio 2012)			
	2011	2012	%
Alemania	8750	14038	160
Francia	10489	45287	431
Italia	40296	226784	563

de Europa, la feria Maison et Objet 2012, generaron negocios por 1,5 millones de dólares, siendo los compradores de Alemania, España, Francia, Holanda, Italia, Italia quienes mostraron especial interés en los productos peruanos, así como compradores de Estados Unidos. Este evento se realizó del 7 al 11 de

Fotos de la presentación



Foto 01



Foto 02