



INFORME
DE FERIA

2024



IDBBA / International Dairy Deli Bakery Association

Houston, TX
9 – 11 de junio de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

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

25 de julio de 2024
Nueva York

Este estudio ha sido realizado por
Eva María Miñano Cerdá

Sara Elvira Manzano

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

<http://estadosunidos.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.



Índice

1.	Perfil de la Feria	4
1.1	Ficha técnica	4
1.2	Sectores y productos representados	4
1.3	Datos de la 60ª edición	5
2.	Descripción y evolución de la Feria	7
2.1	Ubicación	7
2.2	Servicios ofrecidos	8
2.3	Datos estadísticos de participación	10
2.4	Participación empresarial	11
3.	Actividades de promoción	12
3.1	Actividades de promoción de IDDBA	12
3.2	Actividades de promoción de <i>Foods from Spain</i>	13
4.	Tendencias y novedades presentadas	15
5.	Valoración / Testimonios de las empresas participantes	17
6.	Anexos	19
6.1	Servicios dentro del recinto ferial	19
6.2	Recomendaciones	19
6.3	Actividad promocional Murcia al Vino	22
6.4	Decoración del stand	26
6.5	Presentadores en IDDBA 2024	28
6.6	Horario IDDBA 2024	29



1. Perfil de la Feria

1.1 Ficha técnica

TABLA 1. DATOS GENERALES DE IDDBA 2024

International Dairy Deli Bakery Association

Página web: <https://www.iddba.org/iddba-show/about/iddba-2024>

Fecha de celebración: 9, 10 y 11 de junio de 2024

Lugar de celebración: George R. Brown Convention Center, Houston, Texas.

Frecuencia: Anual

Número de ediciones: 60

Precio de la entrada: 225\$ el pase de un día
300\$ el pase de los 3 días (miembro IDDBA) / 400\$ al comprar después del 5 de mayo
425\$ el pase de los tres días (no miembros)

Precio del espacio: 25 \$/ft²+ \$ 250 por esquina (socio)
35 \$/ft² + \$ 250 por esquina (no socio)

Horario de la feria: 9 de junio: 11:00 am - 5:30 pm
10 de junio: 11:00 am - 5:30 pm
11 de junio: 8:00 am - 12:00 pm

Fechas de la próxima edición: 1, 2 y 3 de junio de 2025

Lugar de celebración de la próxima edición: Ernest N. Morial Convention Center, Nueva Orleans, Luisiana.

Fuente: Página web de IDDBA

1.2 Sectores y productos representados

Los principales sectores y productos representados en la feria IDDBA son los siguientes:

- **Lácteos.** Quesos de diferentes tipos y variedades (mozzarella, cheddar, gouda, brie, etc.), mantequillas, yogures, crema, leche, helados, entre otros productos lácteos.
- **Charcutería.** Carnes frías y embutidos (jamón, salchichas, chorizo, mortadela, etc.), patés, foie gras, aceitunas, pepinillos y otros productos relacionados.



- **Panadería.** Una amplia variedad de panes artesanales y panes especiales (pan integral, pan de centeno, baguettes, etc.), pasteles, pastas, galletas, donas y otros productos horneados.
- **Alimentos preparados.** En algunos casos, también puede haber stands o empresas que ofrecen comidas preparadas, listas para el consumo, que pueden incluir ensaladas, platos cocinados, sándwiches y otros alimentos listos para llevar.

La feria IDDBA es la mayor feria del sector de los lácteos en Estados Unidos. Es de periodicidad anual y está dirigida a un público exclusivamente profesional. Atrae a un gran número de compradores del sector de la alimentación, abarcando desde mayoristas a minoristas, supermercados, catering, importadores de bebidas, restauración, etc.

1.3 Datos de la 60ª edición

TABLA 2. IDDBA HOUSTON 2024

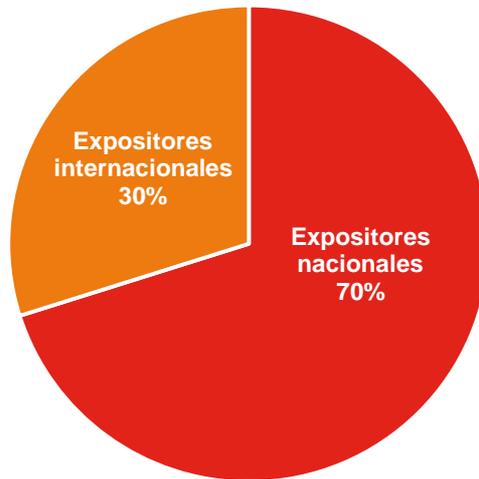
Superficie: 218,000 pies cuadrados (20,253 metros cuadrados)
Precios: 25 \$/ft ² + \$ 250 por esquina (socio) 35 \$/ft ² + \$ 250 por esquina (no socio)
Servicios incluidos: Conexión eléctrica 100W.
Fecha de cierre de inscripciones: la fecha recomendada de inscripción fue antes del 27 de octubre, pero no hay una fecha límite para registrarse para un stand en la feria; una vez que se agotan, trabajan a partir de una lista de espera. En el año 2024 aproximadamente rechazaron a 100 empresas debido a que se agotaron los espacios. La inscripción para asistir al evento y no exhibir está abierta hasta el cierre de la feria, el martes.
Número de expositores: 850 empresas expositoras - 34 países representados
Número de visitantes: 10.000
Número de pabellones oficiales: Equipos/Servicios Empresariales, Orgánico/Basado en Plantas, Wisconsin/Granja Lechera de Wisconsin, Consejo Asesor de Leche de California, Departamento de Agricultura de Illinois, Internacional.
Participación internacional: incluía el pabellón de Italia, el pabellón de Ontario, el pabellón de Quebec y el pabellón de Grecia. El Pabellón Internacional incluyó a 124 empresas.

Fuente: Página web de IDDBA, ICEX.

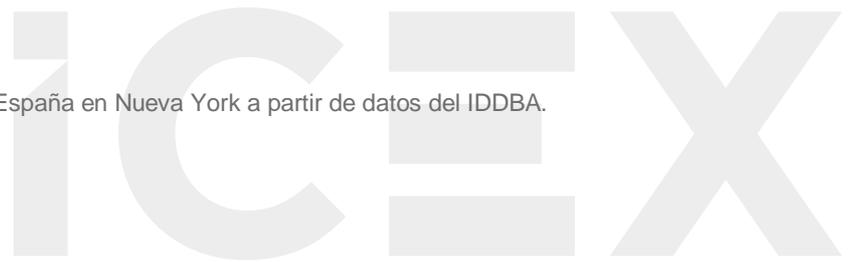
Del total de 850 exhibidores, 254 eran internacionales, lo que supone un 70% de participación nacional y un 30% de empresas de fuera de Estados Unidos. Pero no todas las empresas extranjeras participaron bajo el pabellón internacional, sino que 130 de ellas fueron por libre.



GRÁFICO 1. PROPORCIÓN EXPOSITORES NACIONALES E INTERNACIONALES



Fuente: elaborado por la Oficina Comercial de España en Nueva York a partir de datos del IDDBA.





2. Descripción y evolución de la Feria

La feria IDDBA es la mayor feria del sector de productos lácteos, charcutería, panadería y restauración, que reúne a profesionales y empresas de todo el mundo para exhibir y descubrir los últimos productos, tendencias e innovaciones en estos sectores.

La *International Dairy Deli Bakery Association*, IDDBA por sus siglas en inglés, es una asociación comercial sin ánimo de lucro para minoristas de alimentación, fabricantes, mayoristas, intermediarios, distribuidores y otros profesionales de estos sectores.

La participación del queso Murcia al Vino es muy importante en esta feria ya que la asociación cuenta más de 1.500 empresas, desde pequeñas empresas independientes hasta las mayores corporaciones del mundo y la IDDBA ayuda a sus miembros a mejorar su posición económica ofreciéndoles oportunidades de diálogo profesional, formación, intercambio de datos del sector y oportunidades de venta.

Además, esta asociación elabora informes sobre las principales tendencias del sector e investigaciones originales, y desarrolla programas de formación sobre marketing, *merchandising*, gestión y operaciones, seguridad alimentaria y atención al cliente. La feria IDDBA es un acontecimiento vital para la creación de redes en el sector, ya que presenta lo mejor en productos lácteos, charcutería y panadería. Esta feria anual atrae a más de 10.000 visitantes, incluyendo a más de 800 empresas expositoras y cuenta con distinguidos ponentes de renombre internacional como líderes empresariales.

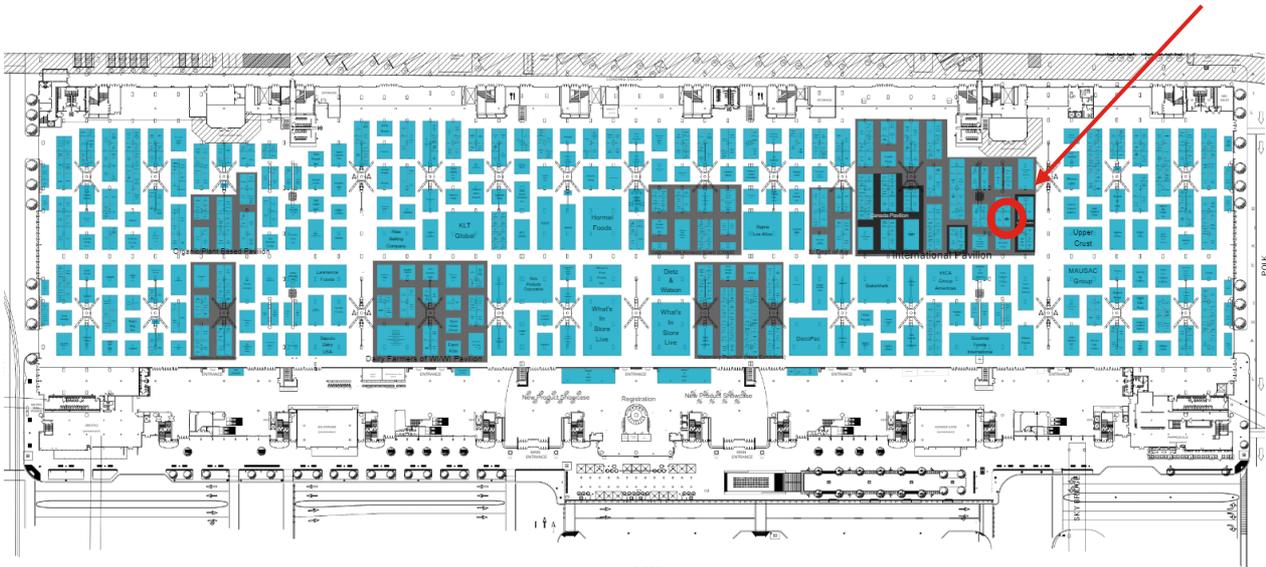
Por tanto, la participación del queso Murcia al Vino en la feria IDDBA representa una oportunidad estratégica para aumentar su visibilidad, establecer contactos comerciales y educar a la audiencia sobre las características y beneficios de este producto.

2.1 Ubicación

La feria IDDBA es una feria itinerante ya que va cambiando de ubicación en cada edición anual. Este año 2024 se ha celebrado en el Centro de Convenciones de George R. Brown en Houston, Texas.

Para el próximo año 2025, tiene previsto celebrarse en el Centro Ernest N. Morial Convention en Nueva Orleans, Luisiana.

IMAGEN 1. PLANO DEL RECINTO FERIAL



Para la participación en esta feria, se asignó al ICEX el Booth 5234, con unas dimensiones de 10'x10', equivalentes a aproximadamente 3,04m x 3,04 m.

2.2 Servicios ofrecidos

De forma previa al evento, el Departamento de *Foods from Spain*, de la Oficina Comercial y Económica de Nueva York, llevó a cabo múltiples tareas de preparación de la feria. Las principales tareas que se llevaron a cabo fueron:

- **Mobiliario.**

[GES](#) fue la empresa proveedora oficial de la feria, con la que se contactó para contratar los diferentes servicios y materiales básicos necesarios para el desarrollo de la feria. Se tuvo que rellenar un formulario llamado **Standard Booth Package**, que incluía lo siguiente:

- Cortina de pared trasera de dos metros de altura para la parte posterior del stand.
- Cortina lateral de un metro de alto para los laterales del stand de separación entre los diferentes stands.
- Cartel identificativo con el nombre de la empresa y el número de stand.
- Alfombra. Se podía escoger el color pagando un precio extra.
- Una papelera.
- Una mesa con faldón.
- Dos sillas de plástico.
- Un espacio en la cámara frigorífica común del pabellón, por cada empresa. El acceso y envío a esta cámara estaban sujeto a cargos adicionales.



- **Nevera.**

Se contrató el alquiler de una nevera para los tres días que duró la feria a través de la empresa [LOWE](#). Con el fin de guardar los alimentos que necesitaban de refrigeración; principalmente las ruedas de queso Murcia al Vino, las muestras de queso cortado que sobraban de un día para otro de la feria y las cajas de membrillo.

- a) **Electricidad.**

En la feria se ofrece de forma gratuita a todos los exhibidores 100W de electricidad, pero dado que la nevera exigía 500W se tuvo que contratar una mayor potencia. Esto se contrató con Smart City, el proveedor oficial del centro de Convenciones George R. Brown.

- b) **Seguro.**

Se contrató un seguro de responsabilidad civil para el stand de la feria. Era imprescindible contratar un seguro *Exhibitor Liability Insurance Program* por cada exhibidor, que en este caso era ICEX Spain Trade & Investment. Este seguro se gestionó a través de la plataforma de GES, con [Rainprotection](#) como proveedor oficial.

- **Servicio de corte.**

Levy era el proveedor oficial de servicios de catering del centro de Convenciones en Houston. Tras solicitarles un presupuesto para cortar 4 ruedas de queso, la cifra superaba los 1.300\$, por lo que se buscó otra alternativa y se contrató a un profesional cortador de queso independiente que estuvo presente el primer día de la feria, durante las dos primeras horas. Se cortaron dos ruedas de queso en pequeñas porciones para darlas de muestra a los visitantes. Se expusieron las muestras en la mesa y se fue reponiendo con las porciones guardadas en la nevera.

- **Decoración.**

El Departamento de *Foods from Spain* se encargó de todo lo relacionado con la decoración de los stands y los materiales necesarios para las muestras y la exposición de los quesos. Se envió a través de Fedex una caja con los folletos promocionales de Murcia al Vino, junto a ciertos materiales que estaban en la oficina como unos platos de pizarra para poner los quesos, delantales, etc. El resto de materiales se compraron a través de Amazon y se enviaron a nuestro hotel en Houston. Se compraron platos pequeños individuales, palillos, servilletas, un cuchillo para cortar queso, jarrones y flores de decoración, tablas de exposición, bolsas de plástico con cierre hermético para guardar las muestras, pinzas para colocar el queso, papel transparente y toallas de limpieza. Se pueden ver las fotos de cómo se decoró la mesa en el anexo 6.4. Decoración de la mesa.

- **Roll-up Banner.**



Como elemento promocional, se llevó a la feria un Roll-up de Murcia al Vino para poner en la parte trasera del stand. Su diseño se hizo desde la Oficina Económica y Comercial de Nueva York mediante la herramienta de [Canva](#) y, posteriormente, su impresión y envío se encargó a [Fedex](#). El banner se recogió directamente en la Oficina de Fedex en Houston. Ver el Anexo 6.3.2 Roll-Up Banners.

- **Quesos y acompañamientos.**

Todos los pedidos de quesos y acompañamientos se encargaron a *Forever Cheese* y se pudieron recoger en la feria el día de antes. Se encargó:

- 2 cajas (4 ruedas) de queso Murcia al Vino
- 1 caja Marcona con piel 8/4OZ
- 1 caja Tortas de aceite 10/6.35OZ
- 1 caja Membrillo 12/10OZ

- **Autorización para servir comida.**

A través del envío del formulario llamado *Sampling Form*, se obtuvieron los permisos necesarios para dar muestras de comida a los asistentes de la feria.

Siempre hubo una persona del departamento de *Foods from Spain* atendiendo el stand durante la feria. Las funciones principales eran proporcionar muestras de queso a los asistentes, reponer las muestras y acompañamientos a medida que iban consumiéndose, responder las preguntas que realizaban los asistentes y apuntar los datos de contacto de aquellos interesados en recibir más información sobre el producto.

2.3 Datos estadísticos de participación

En 2024 la feria ha contado con la participación de 850 expositores y más de 10.000 profesionales del sector, que acuden con el objetivo de descubrir nuevos productos, establecer contactos y estar al tanto de las últimas tendencias de la industria. Tanto los expositores como los asistentes fueron principalmente estadounidenses, aunque también hubo una presencia minoritaria de profesionales extranjeros.

El stand de ICEX se ubicó dentro del pabellón internacional, que incluyó a 124 empresas en total. Cabe destacar que 10 empresas españolas tuvieron un stand propio fuera del pabellón internacional:

- Costa Brava Mediterranean Foods USA
- Dulce de leche Mardel
- Espuna, LLC



- Europastry
- Monte Nevado USA
- Noel Alimentaria USA
- Reina Meals LLC
- Ines Rosales USA, LLC
- Jamondon USA Corp
- Surivan Feel the Taste S.L.

Por otro lado, el perfil de los visitantes que acuden a la feria IDDBA, son profesionales especializados en la industria de productos lácteos, delicatessen y panadería. Entre los asistentes, podemos distinguir los siguientes grupos:

- **Minoristas y Compradores.** Propietarios y gerentes de supermercados, tiendas *gourmet*, etc. que buscan descubrir nuevas tendencias, productos y proveedores para mejorar su oferta de productos.
- **Distribuidores y Mayoristas.** Representantes de empresas que se dedican a la distribución y abastecimiento de lácteos, quesos, embutidos y productos de panadería, que buscan afianzar sus relaciones comerciales y descubrir nuevos proveedores.
- **Fabricantes.** Productores de quesos, alimentos preparados, etc. que buscan dar a conocer sus productos y expandir su red de contactos.
- **Chefs y Restauradores.** Cocineros y propietarios de restaurantes interesados en descubrir nuevos ingredientes, técnicas culinarias y productos especiales para innovar sus menús.
- **Otros profesionales de la Industria.** Expertos en marketing, ventas, desarrollo de productos, investigación y desarrollo y otras posiciones, que buscan mantenerse al día con las últimas tendencias de la industria.
- **Medios de Comunicación.** Periodistas especializados en alimentos que cubren y promueven las novedades y tendencias presentadas en la feria.
- **Estudiantes y Profesionales en Formación.** Estudiantes de gastronomía y carreras relacionadas, que buscan conocer más sobre la industria.

2.4 Participación empresarial

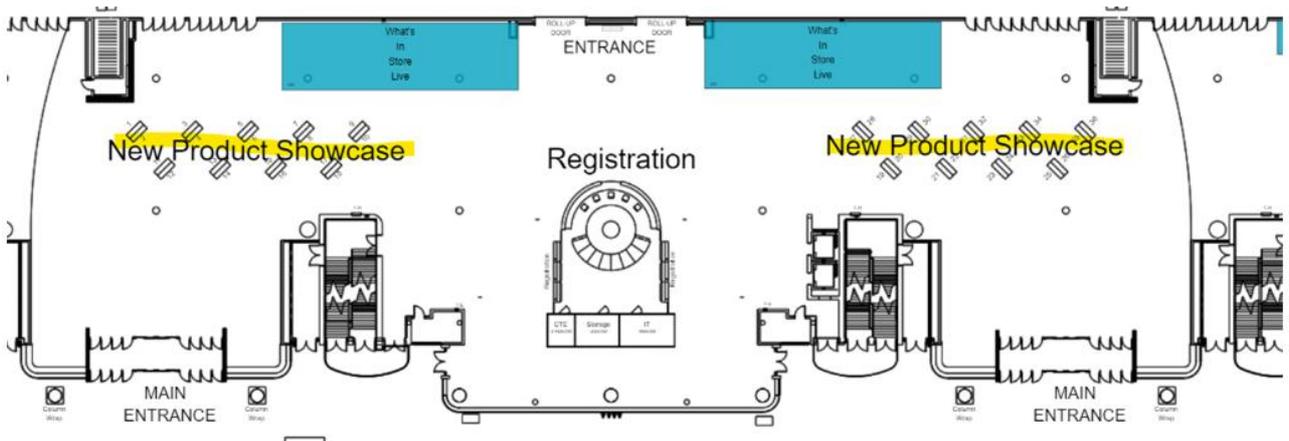
En el siguiente enlace se puede obtener el listado completo de todas las empresas exhibidoras en el IDDBA 2024: <https://www.iddba.org/iddba-show/about/reserve-exhibit-space/pdf/iddba2024-retailers-list.aspx>

3. Actividades de promoción

3.1 Actividades de promoción de IDDBA

El IDDBA dispuso de una zona de exposición de nuevos productos denominada “*New Product Showcase*”, localizada en el vestíbulo del Centro de Convenciones George R. Brown, como se observa a continuación:

IMAGEN 2. PLANO DEL NEW PRODUCT SHOWCASE



La ubicación de estos escaparates en el vestíbulo hace posible que todos los asistentes a la feria puedan verlo al entrar en el recinto y se mantienen abiertos fuera del horario oficial de la feria. Es importante apuntarse con antelación, a través de un formulario que mandan los organizadores de la feria, ya que este año hubo lista de espera.

Además, el IDDBA ofrece a sus miembros la posibilidad de ser patrocinadores de la feria y dar mayor visibilidad a su marca a través de *merchandise*, eventos o señalizaciones en el propio recinto.

Por otro lado, IDDBA cuenta con su propia App para recibir actualizaciones y obtener más información sobre la feria (<https://www.iddba.org/membership/why-join/app>)

3.2 Actividades de promoción de *Foods from Spain*

El departamento de *Foods from Spain* de la Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York organizó y asistió a la feria IDDBA 2024 en el marco del Plan Sectorial Cofinanciado del Queso Murcia al Vino DOP¹ en EE. UU. Se trata de un acuerdo entre ICEX y el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Murcia al Vino que contempla una serie de actividades de promoción de la DOP en el país, una de ellas la participación en el IDDBA, a la cual acude un público objetivo muy interesante para este producto.

El objetivo principal de la participación del Queso Murcia al Vino en esta feria es dar a conocer su autenticidad y denominación de origen protegida, promover su calidad, resaltar sus características únicas y establecer conexiones con profesionales de la industria. Con todo ello, se intenta crear una buena imagen y reputación como un producto de calidad tanto entre los profesionales como frente a los consumidores finales y amantes del queso.

A esta feria viajaron Mercedes, jefa adjunta del Departamento de *Foods from Spain*; Sara Elvira Manzano, becaria ICEX; y Eva Miñano Cerdá, becaria INFO, para estar presentes en la mesa de Murcia al Vino y realizar toda la promoción del queso.

El stand asignado fue el número 5234, situado en el Pabellón Internacional. Este stand tenía un tamaño aproximado de 9 metros cuadrados, y contaba con todos los elementos básicos que incluía el *Standard Booth Package* mencionado en puntos anteriores (una mesa, dos sillas, una cortina trasera de separación y un cubo de basura), junto con las mesas auxiliares contratadas, y el Roll-Up Banner en la parte posterior.

Se montó una mesa con los quesos de Murcia al Vino y varios acompañamientos:

- Almendras marconas con piel
- Tortas de aceite
- Membrillo

En el Anexo 6.4 se puede observar cómo quedó la decoración de esta mesa.

El queso se sirvió cortado en pequeñas porciones triangulares, conservando la piel ya que, a diferencia de otros quesos, Murcia al Vino debe comerse con la parte de fuera que conserva principalmente su característico sabor a vino. El corte de los quesos lo realizó un profesional contratado por *Foods from Spain* (ver imagen 4 en el anexo 6.4). A lo largo de los tres días de la feria se consumieron dos ruedas de queso. Con un peso aproximado de 1.5 - 2 kg por rueda, esto supone un consumo total de unos 3.5 kg de queso a lo largo del evento, a pesar de que aproximadamente 500 asistentes visitaron nuestro stand.

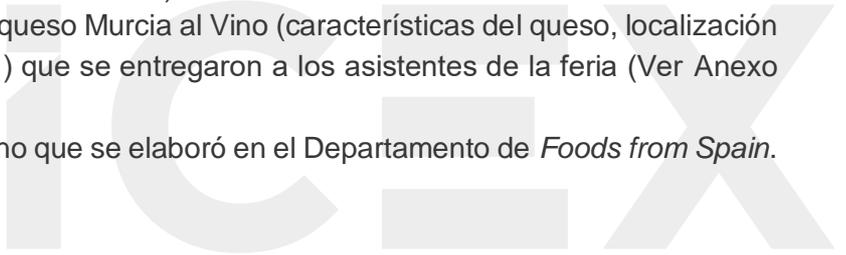
¹ Denominación de Origen Protegida.



Es importante señalar que los visitantes de esta feria son principalmente importadores y distribuidores del sector, que a menudo ya están familiarizadas con el producto y no vienen con el objetivo de consumir grandes cantidades de muestra, sino más bien para conocer y establecer relaciones comerciales. Esto explica en parte por qué, a pesar de la gran afluencia, se consumió una pequeña cantidad de queso.

Para fomentar la visibilidad de Murcia al Vino e informar a los potenciales clientes sobre este queso, se llevaron a cabo las siguientes acciones promocionales:

- **Bolsas de cartón** con el logo del queso Murcia al Vino, que se fueron entregando a los asistentes a lo largo de la feria. El Consejo Regulador de Quesos de Murcia Al Vino envió el material a la Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York de forma previa a la feria.
- **Stickers** del logo de Murcia al Vino para poner encima de las ruedas de queso. El Consejo Regulador del Queso Murcia al Vino envió el material a la Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York. (Ver Anexo 6.3.3)
- **Folletos informativos** sobre el queso Murcia al Vino (características del queso, localización de la denominación de origen...) que se entregaron a los asistentes de la feria (Ver Anexo 6.3.1).
- **Roll-Up Banner** de Murcia al Vino que se elaboró en el Departamento de *Foods from Spain*.



4. Tendencias y novedades presentadas

La feria IDDBA es un evento importante en la industria de alimentos y bebidas que organiza la *International Dairy Deli Bakery Association*. Esta feria se realiza anualmente y ofrece una plataforma para que los profesionales de la industria, proveedores y expertos se reúnan para exhibir y descubrir las últimas tendencias, productos y tecnologías en los sectores de lácteos, delicatessen y panadería.

A continuación, se exponen las principales tendencias alimenticias en el sector observadas en la feria IDDBA 2024:

- **Sostenibilidad y responsabilidad ambiental.** Los consumidores están cada vez más interesados en productos y prácticas que sean respetuosos con el medio ambiente. Debido a esta mayor conciencia ambiental, cada vez es mayor la expectativa de los asistentes de que los expositores sean responsables, incorporando ideas para evitar el desperdicio de alimentos y el uso envases biodegradables o renovables.
- **Alternativas vegetarianas y veganas.** La mayor conciencia de los consumidores respecto de los productos de origen animal ha llevado al aumento en la demanda de opciones vegetarianas y veganas. Esto ha hecho que se cree una amplia gama de lácteos y quesos de origen vegetal, con un gran número de expositores con productos lácteos vegetales.
- **Experiencia culinaria:** Fueron numerosos los puestos en los que no solo se daba a probar la comida, sino que se hacía un espectáculo alrededor de ella. En los eventos, se recomienda poner el centro de atención en la comida, a través de experiencias inmersivas, hacer de los alimentos una actividad en sí misma. Independientemente de las recetas, una clase interactiva o la preparación al momento de los alimentos junto a la mesa puede brindar a los invitados de una experiencia incomparable e individualizada.
- **Formatos para llevar (take-away):** durante los eventos, los asistentes normalmente suelen estar de pie o en movimiento, hablando o en presencia de desconocidos o compañeros de trabajo con el objetivo de establecer conexiones o contactos con otros profesionales. Por este motivo, es importante que la comida en formatos cómodos de degustar; preferiblemente en porciones pequeñas, fáciles de llevar a la boca y rápidas de comer, que les permita apreciar el sabor y volver a la actividad del evento de manera rápida.
- **Alimentos saludables y funcionales.** Los consumidores están buscando cada vez más alimentos que ofrezcan beneficios para la salud, además de su sabor. Como respuesta, la industria de estos sectores está desarrollando productos con ingredientes más saludables, nutritivos, bajos en azúcar, sin gluten y con beneficios específicos para la salud, como probióticos y prebióticos.



- **Quesos artesanales.** La demanda de productos de alta calidad y artesanales está en aumento. Los consumidores valoran el uso de ingredientes naturales y sabores auténticos.
- **Personalización y conveniencia.** Los consumidores buscan productos adaptados a sus preferencias individuales y las empresas están desarrollando alimentos personalizados con envases cómodos para el consumo.
- **Innovación en el sabor y la presentación.** La industria está experimentando con sabores únicos y combinaciones inusuales para atraer a los consumidores (por ejemplo, quesos con sabores como trufa, hierbas o chile). También hay innovación en los diseños para tener envases que capten la atención del cliente.

icex



5. Valoración / Testimonios de las empresas participantes

La feria IDDBA está dirigida a un público exclusivamente profesional, que incluye a minoristas, supermercados, distribuidores, catering, importadores de bebidas, restauración, etc. Hubo 850 empresas expositoras de 34 países diferentes, y más de 10.000 asistentes, por lo que la feria contó con una gran afluencia de público. El primer y segundo día hubo una mayor afluencia, en especial entre las 11:00 am y las 13:30 pm.

Al hablar con las empresas españolas que participaron en esta feria, comentan que es una feria lenta, de largas conversaciones con clientes, pero se obtienen contactos de calidad.

Muchos de los visitantes que pasaron por el stand conocían el queso Murcia al Vino, aunque no conocían la ubicación de esta región en España, y se recibieron muchos comentarios sobre la suavidad y cremosidad de este queso. Teniendo en cuenta la cantidad de marcas y tipos de quesos que se encontraban participando en la feria, el queso Murcia al Vino tuvo una gran acogida. Las preguntas principales fueron sobre las características del queso, dónde comprarlo y distribuidores en EE. UU. y México. Algún *retailer* comentó que sería interesante incluir este queso en sus *cheese boards*, acompañado de charcutería y otros acompañamientos.

Por otro lado, también hubo interés en el membrillo que se sirvió como acompañamiento del queso, muchos no lo conocían (lo comparaban con la fruta de Guava) y encontraron que era muy buena combinación con el queso.

Al tratarse una de una de las ferias más importantes en la industria de alimentos y bebidas, los espacios de otros expositores contaban con una mayor inversión en la decoración. El stand de *Foods from Spain* era más simple en comparación con otros expositores, se incluyeron veleros, pero se podrían añadir además *backwalls* o manteles con los logos de la DOP.

La colocación de banderas de España en la mesa atrajo a visitantes, algunos habían visitado el país e iniciaban conversación o querían conocer más sobre los productos españoles.

En conclusión, la valoración general es positiva, ha sido una buena oportunidad para promocionar a la Denominación de Origen de Murcia al Vino entre profesionales del sector de los lácteos y el queso. Ha ayudado a fomentar su visibilidad entre *retailers*, importadores y distribuidores, y a ampliar la red de contactos y potenciales clientes. La mayoría de los asistentes eran americanos, de diversos estados, pero también hubo algunos internacionales interesados en conocer más sobre



este queso. Por lo que, la participación en esta feria no solo ayuda a fomentar la presencia del queso en Estados Unidos, sino también en otros mercados internacionales como Canadá o México.

ICEX



6. Anexos

6.1 Servicios dentro del recinto ferial

El George R. Brown Convention Center (GRB) ofrece una variedad de servicios, como se lista a continuación:

- Restaurantes: el GRB y la Partnership Tower albergan cuatro restaurantes abiertos todos los días y se puede acceder a ellos desde la Avenida de las Américas o dentro de los edificios del Nivel 1.
- Limpieza: la limpieza de los stands es un servicio exclusivo del Centro de Convenciones.
- Gestores de servicios: ayudan con la organización del evento, desde la planificación hasta el final del evento.
- Servicios audiovisuales: Staging Solutions es el proveedor oficial de servicios audiovisuales y de producción del GRB.
- Servicios de catering: Levy es el proveedor exclusivo de alimentos y bebidas del GRB.
- TI & utilities: Smart City Networks es el proveedor exclusivo. Ofrece un paquete completo de servicios de telefonía, Internet, electricidad y fontanería.
- Conexión de Wi-Fi gratuita.
- Desfibriladores automáticos
- Cajero automático
- Starbucks
- Estacionamiento

6.2 Recomendaciones

Para futuras ediciones de IDDBA, se proponen las siguientes recomendaciones:

- **Mayor inversión en la decoración del stand**

Se ha observado que el resto de los exhibidores de la feria hacen una gran inversión para tener un stand llamativo, que atraiga a los asistentes y lo diferencie de los demás. El stand de ICEX era mucho más simple y se recomienda que para otro año se haga una mayor inversión a través de la compra de *backwalls*, alfombras coloridas o manteles con el logo del queso, entre otros. La disposición de la mesa, con una tabla de quesos bien montada que llame la atención también es importante.



Respecto a la decoración, cabe remarcar que las banderas de España que se colocaron en los palillos para coger el queso llamaron la atención de los asistentes, recomendaría volver a llevarlas en próximas ediciones.

- **Menos cantidad de queso / otros acompañamientos**

Se recomienda pedir menor cantidad de queso, una caja (con dos ruedas cada caja) en vez de dos, ya que, a pesar de haber un gran número de asistentes a la feria, no se consume tanto producto como en otras ferias. El público es todo profesional, con un precio de entrada bastante elevado, por lo que los asistentes buscan entablar conversaciones, conocer más sobre el producto y no tanto hacer catas. A diferencia de otras ferias, en el IDDBA con cada cliente se solían tener conversaciones largas sobre la empresa y el producto.

Se pidieron tres acompañamientos para el queso: almendras, tortas de aceite y membrillo. El membrillo tuvo mucho éxito entre los participantes, pero los otros dos no fueron tan destacados. Para próximas ediciones recomendamos seguir llevando ciertos acompañamientos, pero se podría sustituir las tortas de aceite por otro producto. Además, se pueden utilizar los acompañamientos como decoración de la tabla de quesos. Hacer un *cheese board* que incluya frutas como uvas o manzana, crackers, membrillo, frutos secos, etc. sería una buena opción, además estas tablas están muy de moda en Estados Unidos.

- **Pabellón de España**

Se propone considerar la opción de hacer un Pabellón de España dentro de la feria, al haber más de 10 empresas españolas participantes en la última edición. Este pabellón se incluiría dentro del pabellón internacional, junto a otros como el pabellón de Grecia, de Italia, de Quebec o de Ontario.

- **Empresas participantes**

En el caso de las empresas españolas de alimentación, consideramos que la participación debe tener como objetivo encontrar dentro de la feria otras empresas que sirvan de puente a pequeños distribuidores e importadores de carácter local, y sería positivo tratar de concertar citas con clientes antes de acudir a la feria para asegurarse visitas.

En general, se recomienda la participación en esta feria a empresas con productos que sean fáciles de probar en raciones individuales o que se adapten bien al catering. Por ejemplo, el queso, las especias, los embutidos y los encurtidos. El perfil de empresa al que se recomienda participar es el siguiente:

- a) Empresas españolas que ya cuentan con uno o varios importadores o distribuidores y quieren ampliar su abanico de clientes, pero tienen dificultades para encontrar otros importadores o distribuidores debido a la saturación del mercado.



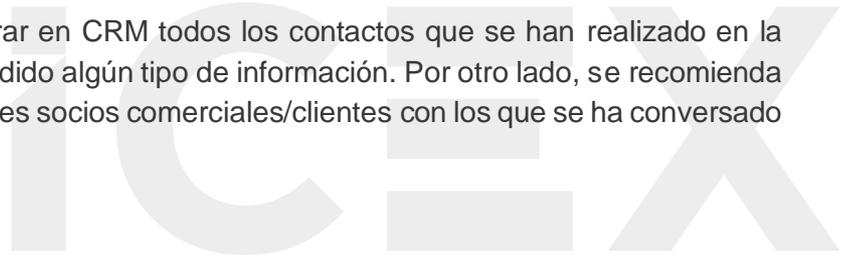
- b) Empresas españolas que quieren introducirse en el mercado y comenzar a exportar en pequeñas cantidades a Estados Unidos para ganar experiencia y, posteriormente, conseguir un importador de mayor tamaño que distribuya su producto a nivel nacional.

- **Información**

Los visitantes solían pasar por la mesa, cogían una de las muestras y hacían preguntas sobre el queso. Se recomienda tener en la mesa folletos informativos que los asistentes puedan llevarse consigo y algún QR con la dirección web del Consejo Regulador. Muchos preguntaban información sobre dónde comprar estos quesos, para ello remitir a *Forever Cheese* (apuntar con anterioridad el número de Booth en el que exponen en el IDDBA) o mencionar los supermercados donde se pueden adquirir. También se recomienda pedir a todos los que pasen por la mesa su tarjeta de contacto, y ofrecer una del equipo de *Foods from Spain*.

- **Seguimiento de los contactos**

Finalizado el evento, habrá que registrar en CRM todos los contactos que se han realizado en la feria y escribir a aquellos que hayan pedido algún tipo de información. Por otro lado, se recomienda realizar un seguimiento de los potenciales socios comerciales/clientes con los que se ha conversado en la feria.



6.3 Actividad promocional Murcia al Vino

6.3.1 Folletos promocionales



Pressed, washed, uncooked cheese made from Murcian goats' milk and cured for a minimum of 45 days for large cheeses and 30 days for small ones.

Macerated in red wine during ripening to give the rind the characteristic color and aroma. The rind is smooth, very light and a characteristic wine color.

The paste is dense, compact when cut, ivory-colored and may have a few small holes.



Goat Cheese "Murcia al Vino"

Protected Denomination of Origin

QUESO

MURCIA

- 1 IT'S NATURAL**
100% goat milk and red wine from Murcia Region.
- 2 IT'S OURS**
Handcrafted by 8 local cheese makers, next to the Mediterranean sea.
- 3 IT'S QUALITY**
The Regulatory Council looks out the cheeses follow the PDO rules.
- 4 IT'S TRADITIONAL**
It's old recipe comes from the ancient goat shepherds.
- 5 IT'S GREAT**
Over 20 international awards recognize its taste.

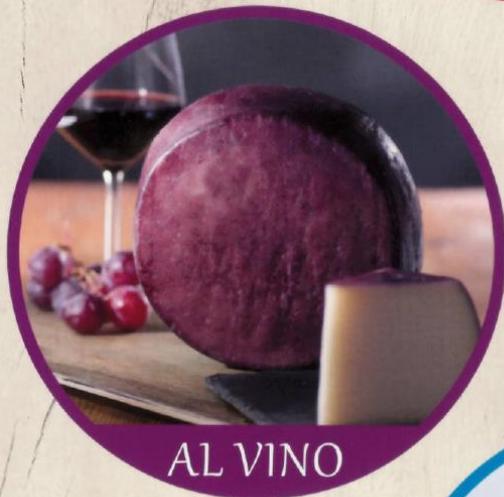
5 GOOD REASONS TO ENJOY IT

www.quesosdemurcia.com



**Quesos
de
Murcia**
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

Origin, Tradition
and Quality



Handcrafted only with milk of Murciana goat breed





6.3.2 Roll-Up Banner



DISCOVER...
MURCIA AL VINO
CHEESE PDO



EX





6.3.3 Pegatina rueda de queso



6.4 Decoración del stand

IMAGEN 3. MESA DE MURCIA AL VINO EN IDDBA 2024





IMAGEN 4. CORTADOR DE QUESO EN IDDBA 2024





6.5 Presentadores en IDDBA 2024

IDDBA 2024 Speakers



José Andrés
Chef, Restaurateur, Humanitarian



Chip and Joanna Gaines



Buddy Valastro



Matt Dunsmoor



Jewel Hunt



Josh Bickford



Jody Barrick



David Stearle



Anne-Marie Roerink



Heather Prach
Trends



David Haaf



Peter Sirgy





6.6 Horario IDDBA 2024

IMAGEN 5. PROGRAMACIÓN FERIA IDDBA 2024.

SCHEDULE AT-A-GLANCE

Sunday, June 9		Event
8:30 am - 11:00 am	General Session	Level 3, Grand Ballroom
11:00 am - 5:30 pm	Expo	Level 1, Halls A-E
	What's in Store Live & Workshops	Booth 3301/3601 + Lobby
	New Product Showcase	Lobby Hall C
12:00 pm - 4:00 pm	Salumi'd	WISL Booth 3301/3601
5:30 pm - 7:00 pm	Champions of Change Awards	WISL Booth 3601
	WISL Sponsor Recognition Event	
Monday, June 10		Event
9:00 am - 11:00 am	General Session	Level 3, Grand Ballroom
11:00 am - 5:30 pm	Expo	Level 1, Halls A-E
	What's in Store Live & Workshops	Booth 3301/3601
	New Product Showcase	Lobby Hall C
12:00 pm - 4:00 pm	Cake'd	WISL Booth 3301/3601
5:30 pm - 8:00 pm	Monday Night Party	Front of the GRBCC
Tuesday, June 11		Event
8:00 am - 11:00 am	Tuesday Forums	Level 3, 332 A/B
8:00 am - 12:00 pm	Expo	Level 1, Halls A-E
	What's in Store Live & Workshops	Booth 3301/3601 + Lobby
	Cake'd Round 2	Booth 3301/3601 + Lobby
	New Product Showcase	Lobby Hall C
9:30 am - 11:00 am	NextGen Networked	WISL Booth 3301/3601
11:00 am - 11:30 am	Intern Program Recognition	WISL Booth 3301/3601
11:30 am - 12:00 pm	Cake'd Challenge Awards/ Judging	WISL Booth 3301/3601
12:00 pm - 3:00 pm	Food Bank Collection	Level 1, Halls A-E





IMAGEN 6. PROGRAMACIÓN TALLERES IDDBA 2024.

WISL WORKSHOP SCHEDULE	
Sunday, June 9	Events
10:00-10:30	Crafting Charcuterie: Exploring Latino and Asian Street Food Flavors
11:15 am -12:00 pm	Don't Fear the Reaper: Intro to Spice
12:00 pm – 12:30 pm	Salumi'd: Parm wheel cracking
12:00 pm – 4:00 pm	Salumi'd: Board building
12:15 pm -12:45 pm	PG's Shifting Landscape: A Generational View
1:00 pm – 1:30 pm	Prepare Your Business for These Sustainable Packaging Trends
1:45 pm- 2:15 pm	Mastering Salumi Beyond the Board
2:30 pm -3:00 pm	Snacking & Special Occasions
3:15 pm -3:45 pm	The Amish Flavor Connection
4:00 pm -4:30 pm	How Generational Trends Shape the U.S. Food Landscape
4:45 pm-5:15 pm	The Texas Two-Step
5:30 pm - 7:00 pm	Champions of Change Awards / What's in Store Live Recognition Event
Monday, June 10	Events
11:15 am – 12:00 pm	Breaking Bread with Cheese
12:00 pm - 4:00 pm	Cake'd Round 1
12:15 pm - 12:45 pm	All Retail is Local: How Suppliers and Retailers Can Partner Using Data to Convert Demand at Store Level
1:00 pm – 1:30 pm	Creating a Culture of Continuous Improvement by Applying Knowledge and Skills Through Immersive Learning Solutions
1:45 pm – 2:15 pm	A Day In the Life
2:30 pm – 3:15 pm	A Tasting History of Cheddar
3:30 pm – 4:00 pm	Building Lasting Shopper Engagement in Dairy, Deli, and Bakery
4:00 pm - 4:30 pm	Cake'd Judging - round 1
4:15 pm – 4:45 pm	Plug, Play, Profit: Retail's Digital Revolution
Tuesday, June 11	Events
8:00 am – 10:30 am	Cake'd Round 2
9:00 am – 9:30 am	Cooperative Internship Breakfast Pairing
9:30 am – 11:00 am	NextGen Networked
10:30 am – 11:00 am	Cake'd Judging – round 2
11:00 am - 11:30 am	Cooperative Internship Program Recognition
11:30 am - 12:00 pm	Cake'd Awards





IMAGEN 7. PROGRAMACIÓN GENERAL IDDBA 2024.

IDDBA 2024 Schedule at a Glance

Friday, June 7

	Session	Location
12:00 pm - 6:00 pm	Registration	Level 1, Lobby Hall C

Saturday, June 8

	Session	Location
7:00 am - 8:00 pm	Shuttles	Level 1, End of Hall E
8:00 am - 6:00 pm	Registration	Level 1, Lobby Hall C
10:00 am - 12:00 pm	Charcuterie/Salumiere Certification Exam	Level 3, Room 350A
1:00 pm - 4:00 pm	(NEW) Houston Retail Tour 2024 <i>(Must be pre-registered, seats are limited)</i>	Level 1, End of Hall E
3:00 pm - 4:00 pm	New Exhibitor Reception <i>(All first-time exhibitors invited)</i>	Visionary Pavilion <i>(Inside main doors, to the right of WSL Booth 3601)</i>



Sunday, June 9

	Session	Location
7:00 am - 7:00 pm	Shuttles	Level 1, End of Hall E
7:00 am - 5:30 pm	Registration	Level 1, Lobby Hall C
8:30 am - 11:00 am	General Sessions • IDDBA on "Trends" • Matt Dunsmoor on "Infinite Game" • Buddy Valastro on "Bakery Trends"	Level 3, Grand Ballroom
10:00 am - 10:30 am	WISL Workshop: Crafting Charcuterie: Exploring Latino and Asian Street Food Flavors	What's in Store Live - Show Entrance



11:00 am - 5:30 pm	<ul style="list-style-type: none"> • Expo • What's in Store Live & Workshops • New Product Showcase 	<ul style="list-style-type: none"> • Level 1, Halls A - E • Booth 3301/3601 + Show Entrance • Lobby Hall C
12:00 pm - 4:00 pm	Salumi'd Charcuterie Showcase	WISL Education Level (Booth 3301)
5:30 pm - 7:00 pm	Champions of Change Awards / What's in Store Live Recognition Event	WISL Workshop Stage (Booth 3601)

Monday, June 10

	Session	Location
7:00 am - 8:00 pm	Shuttles	Level 1, End of Hall E
8:00 am - 5:30 pm	Registration	Level 1, Lobby Hall C
8:30 am - 11:00 am	<u>General Sessions</u> <ul style="list-style-type: none"> • David Haaf - IDDBA President's Address • José Andrés - Moderated Q&A • Peter Sirgy - Chair's Award • Chip & Joanna Gaines - Moderated Q&A 	Level 3, Grand Ballroom





Tuesday, June 11

	Session	Location
7:00 am - 1:00 pm	Shuttles	Level 1, End of Hall E
7:30 am - 12:00 pm	Registration	Level 1, Lobby Hall C
	Tuesday Forums	
8:00 am - 11:00 am	<ul style="list-style-type: none"> • Matt Dunsmoor on "Generational Leadership" • Terry Brock on "AI Innovations" • Andrew Kennedy on "FSMA 204" 	Level 3, 320 A/B
8:00 am - 12:00 pm	<ul style="list-style-type: none"> • Expo • What's in Store Live & Workshops • New Product Showcase 	<ul style="list-style-type: none"> • Level 1, Halls A - E • Booth 3301/3601 + Show Entrance • Lobby Hall C
8:00 am - 10:30 am	Cake'd - Round 2 <i>(Judging 10:30-11)</i>	WISL Education Live! (Booth 3301)
9:00 am - 9:30 am	IDDBA/RATIONAL Cooperative Education Intern Breakfast Pairing	WISL Workshop Stage (Booth 3601)
9:30 am - 11:00 am	NextGen Networked	WISL Workshop Stage (Booth 3601)
11:00 am - 11:30 am	IDDBA/RATIONAL Cooperative Education Intern Recognition	WISL Workshop Stage (Booth 3601)
11:30 am - 12:00 pm	Cake'd Awards	WISL Workshop Stage (Booth 3601)
12:00 pm - 3:00 pm	Food Bank Collection	Level 1, Halls A-E





11:00 am - 5:30 pm

- Expo
- What's in Store Live & Workshops
- New Product Showcase

• Level 1, Halls A - E

- Booth 3301/3601 + Show Entrance
- Lobby Hall C

12:00 pm - 4:00 pm

Cake'd - Round 1
(Judging 4-4:30)

WISL Education Live! (Booth 3301)

Plaza Avenida, Front of the George R Brown Convention Center

Food Trucks sponsored by:



Monday Night Party

5:30 pm - 8:00 pm

Sponsored by:



Panasonic
Foodservice Equipment



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