

รายงานผลการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า FoodExpo 2022

ระหว่างวันที่ 18 – 20 มีนาคม 2566

ณ ศูนย์แสดงสินค้า Metropolitan Expo Exhibition Center

กรุงเอเธนส์ สาธารณรัฐเฮลเลนิก (กรีซ)

1. ลักษณะและรูปแบบงาน

ชื่องานแสดงสินค้า	FoodExpo 2023 (ครั้งที่ 8)
ระยะเวลาการจัดงาน	18 – 20 มีนาคม 2566 จัดขึ้นในช่วงเดือนมีนาคมของทุกปี
สถานที่จัดงาน	ศูนย์แสดงสินค้า Metropolitan Expo Exhibition Center กรุงเอเธนส์
ผู้จัดงาน	บริษัท Forum SA จำกัด
ประเภทสินค้าที่จัดแสดง	สินค้าอาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร
อาคารจัดแสดง	4 อาคาร ได้แก่ อาคาร 1/2/3 และ 4
งานครั้งต่อไป	9 – 11 มีนาคม 2567

2. รายละเอียดทั่วไป

งานแสดงสินค้า FoodExpo จัดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2556 (ค.ศ. 2014) เป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดในยุโรปตะวันออกเฉียงใต้ และนับเป็นศูนย์กลางสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่เมดิเตอร์เรเนียน โดยภายในงานมีการจัดแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย ได้แก่ พาสต้า ข้าว ธัญพืชต่าง ๆ เนื้อสัตว์ น้ำมันมะกอก ชีส น้ำผึ้ง ไวน์ บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม อาหารเกษตรอินทรีย์ อาหารเพื่อสุขภาพ เครื่องปรุง เครื่องเทศ อาหารทะเลแช่เย็น/แช่แข็ง ขนม นม เนย อาหารแช่แข็ง สมุนไพร ผักและผลไม้ เป็นต้น งานจัดขึ้นช่วงเดือนมีนาคมของทุกปี โดยบริษัท FORUM SA จำกัด เป็นผู้จัดงานที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการจัดงานแสดงสินค้าที่หลากหลาย งานจัดขึ้น ณ ศูนย์แสดงสินค้า Metropolitan Expo Exhibition Center มีขนาดพื้นที่ 50,000 ตารางเมตร โดยถือเป็นงานที่เป็นจุดศูนย์รวมของผู้คนที่สนใจในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยในแต่ละปีมีผู้เข้าชมงานสูงมากเฉลี่ยกว่า 70,000 ราย ซึ่งนับว่าเป็นงานแสดงสินค้าที่มีการเติบโตมากที่สุดในงานหนึ่งในโลก ซึ่งในปี 2565 มีผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) 1,200 ราย ซึ่งมีเป็นผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 200 ราย มีผู้ซื้อที่ได้รับเชิญจากผู้จัดงาน จำนวน 750 ราย จากกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมายของกรีซกว่า 83 ประเทศ และมีจำนวนผู้เข้าชมงาน (Visitor) 28,600 ราย

3. ภาพรวมการจัดงาน

3.1 งานแสดงสินค้า FoodExpo 2023 จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 8 โดยภายในงานมีการจัดแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มจากหลากหลายประเทศทั่วโลก ซึ่งแบ่งตามอาคารดังนี้

- อาคาร 1 จัดแสดงสินค้าและบริการ เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อุปกรณ์สำหรับทำเครื่องดื่ม อุปกรณ์สำหรับไวน์ ขวดบรรจุภัณฑ์ บริการทำฉลากสินค้า เป็นต้น รวมถึงเป็นพื้นที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐของกรีซ หอการค้า เทสบาล สหกรณ์ และเป็นพื้นที่จัดแสดงสินค้าของบริษัทจากต่างประเทศ (International Pavilion)

- อาคาร 2 จัดแสดงสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เช่น อาหารแช่แข็ง อาหารทะเล น้ำมันมะกอก ผลิตภัณฑ์นมและชีส อาหารกระป๋อง อาหารพร้อมทาน ผักและผลไม้ พาสต้า ธัญพืช เครื่องปรุงรสปูน ซอส เครื่องเทศ สมุนไพร ขนม อาหารจากต่างประเทศ (Ethnic food) เป็นต้น

- อาคาร 3 จัดแสดงสินค้าอาหาร และเครื่องดื่ม เช่น ผลิตภัณฑ์นมและชีส น้ำมันมะกอก อาหารสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง ผักและผลไม้ อาหารทะเล อาหารพร้อมทาน พาสต้า ธัญพืช อาหารเกษตรอินทรีย์ เครื่องปรุงรสปูนของหวาน เป็นต้น รวมถึงเป็นพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมเจรจาการค้า (B2B)

- อาคาร 4 จัดแสดงสินค้าอาหาร และเครื่องดื่ม เช่น กาแฟ ขนมหวาน น้ำผลไม้ ผลิตภัณฑ์นมและชีส น้ำมันมะกอก ผลิตภัณฑ์จากน้ำมันมะกอก อาหารสำเร็จรูป อาหารทะเล ผักและผลไม้ อาหารแช่แข็ง เครื่องปรุงรสปูน ซอส พาสต้า ธัญพืช เครื่องเทศ สมุนไพร เป็นต้น

นอกจากนี้ ภายในงานยังมีการจัดกิจกรรมสัมมนาให้ความรู้จากผู้ที่มีประสบการณ์ในแวดวงอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมีหัวข้อสัมมนาที่น่าสนใจ เช่น กฎระเบียบใหม่ของบรรจุภัณฑ์อาหาร แนวโน้มอาหารของโลกและความยั่งยืนของอาหาร การพัฒนาด้านดิจิทัลของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น รวมถึงมีการจัดสาธิตการปรุงอาหาร และจัด workshop ที่น่าสนใจต่าง ๆ ตลอดระยะเวลา 3 วัน

โดยการจัดงานในครั้งนี้ ผู้จัดงานยังคงจัดกิจกรรม Food Expo Digital 2023 (ติดต่อกันเป็นปีที่ 3) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งที่ผ่านมาได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี โดยกิจกรรมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นในการเพิ่มโอกาสสำหรับการพบปะ พูดคุย ระหว่างผู้ร่วมแสดงสินค้าและผู้ซื้อต่างชาติที่มีข้อจำกัดในการเดินทางเข้าร่วมงาน โดยบริษัทสามารถสมัครเข้าร่วมใช้บริการบนแพลตฟอร์ม B2B เพื่อเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ Food Expo Digital 2023 ได้ด้วยตนเอง เพื่อทำการนัดหมายและพบปะเจรจาการค้ากับผู้แสดงสินค้าภายในงาน

บรรยากาศภายในงาน



3.2 ผู้เข้าร่วมงานฯ และผู้เข้าเยี่ยมชมงานฯ

1) ผู้เข้าร่วมแสดงงาน มีจำนวน 1,300 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการจากต่างประเทศ 250 ราย ได้แก่ แอลเบเนีย ออสเตรีย เบลเยียม บัลแกเรีย ไชปรัส เอกวาดอร์ อียิปต์ เอธิโอเปีย ฝรั่งเศส เยอรมนี ไอซ์แลนด์ อินเดีย อิรัก อิสราเอล อิตาลี สาธารณรัฐคอซอวอ ลัตเวีย โมร็อกโก เนเธอร์แลนด์ สาธารณรัฐมาซิโดเนียเหนือ โปแลนด์ โรมาเนีย สโลวาเกีย สเปน สวิตเซอร์แลนด์ ไทย ตุรกี ยูเครน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และเวียดนาม

2) ผู้เข้าเยี่ยมชมงาน มีจำนวน 31,369 ราย ซึ่งอยู่ในแวดวงอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม แบ่งเป็น ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต 6,713 ราย (สัดส่วน 21.4%) ผู้จัดจำหน่าย 6,650 ราย (สัดส่วน 21.2%) ร้านอาหารและบริษัทให้บริการด้านการจัดเลี้ยง 3,388 ราย (สัดส่วน 10.8%) ร้านกาแฟและร้านจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3,043 ราย (สัดส่วน 9.7%) ร้านค้าปลีก ร้านจำหน่ายเนื้อสัตว์ 2,573 ราย (สัดส่วน 8.2%) โรงแรม 1,569 ราย (สัดส่วน 5%) ธุรกิจบรรจุภัณฑ์อาหาร 1,317 ราย (สัดส่วน 4.2%) ผู้เข้าชมต่างชาติ 2,227 ราย (สัดส่วน 7.1%) และธุรกิจอื่น ๆ 3,890 ราย (สัดส่วน 12.4%) นอกจากนี้ มีผู้ซื้อที่ได้รับเชิญจากผู้จัดงาน (Hosted Buyer Program) จำนวน 900 ราย

4. ผลการเข้าเยี่ยมชมงาน

4.1 การเข้าเยี่ยมชมงาน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน ได้มีโอกาสเข้าเยี่ยมชมงาน FoodExpo 2023 ในวันที่ 18 มีนาคม 2566 ซึ่งเป็นวันแรกของการจัดงาน โดยบรรยายภาคภายในงานช่วงเช้านั้นข้างคึกคักมีจำนวนผู้เข้าชมงานทยอยเข้างานอย่างต่อเนื่อง การจัดงานในครั้งนี้จัดขึ้นในพื้นที่ 4 อาคาร ซึ่งมีสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่สำคัญในแต่ละพื้นที่ของกริซมาจัดแสดงเป็นจำนวนมาก เช่น น้ำมันมะกอก น้ำผึ้ง ถั่ว/ธัญพืช เนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์นมและชีส เป็นต้น โดยมีคูหาตั้งแต่คูหามาตรฐานไปจนถึงคูหาที่มีการตกแต่งที่สวยงาม ดึงดูดความสนใจ ผู้เข้าชมเป็นอย่างมาก รวมถึงเกือบทุกคูหาให้มีการให้ชิมสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมงานได้สัมผัสและทดลองรสชาติของสินค้าได้ทันที การจัดวางสินค้าเน้นการจัดวางสินค้าที่สร้างความน่าสนใจให้กับสินค้า และดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าชมงาน ซึ่งในปีที่ผ่านมาพบว่าบริษัทจากประเทศในแถบเอเชียเข้าร่วมแสดงสินค้า ได้แก่ อินเดีย (7 บริษัท) เวียดนาม (4 บริษัท) และไทย (2 บริษัท) โดย สคต. มิลาน มีความเห็นว่า งานในครั้งนี้ได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงานเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับงานครั้งที่ผ่านมา ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนมาจากการที่ประเทศทั่วโลกได้อนุญาตให้มีการเดินทางระหว่างประเทศได้ตามปกติ

4.2 การเข้าร่วมแสดงงาน

สคต. มิลาน ในฐานะทีมประเทศไทย ได้เข้าร่วมกิจกรรมในคูหาประเทศไทยของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ เลขที่ F52 อาคาร 1 เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารแห้งและเครื่องปรุงของไทย โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงโรม เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและวัฒนธรรมไทย เพื่อเสริมสร้างความนิยมไทย และ Soft Power ของไทย ตลอดจนประชาสัมพันธ์การลงสมัครเป็นเจ้าภาพของ Expo 2028 Phuket ของประเทศไทย ในฐานะทีมประเทศไทยเข้าร่วมด้วย โดย สคต. มิลาน ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์และสินค้าอาหาร Thai SELECT จำนวน 13 รายการ ได้แก่ ซอสปรุงรสไทย ศรีราชาซอส ศรีราชาซอสเผ็ด กะทิกล่อง น้ำจิ้มไก่ น้ำต้มยำ แกงเขียวหวาน เครื่องแกงมัสมั่น ต้มยำไก่ ผงปรุงรส น้ำพริกแกงเขียวหวาน แกงมัสมั่นพร้อมทาน แกงพะแนงพร้อมทาน เป็นต้น พร้อมกันนี้ได้เผยแพร่เอกสาร Thai SELECT

cookbook และ Roll Up ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ด้วย ซึ่งตลอดระยะเวลาของการจัดงาน คูหาไทยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้เข้าชมงานในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าอาหารไทย แหล่งซื้อสินค้า/วัตถุดิบของไทยในกรีซ และวิธีการปรุงอาหารไทย

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าของ สดต. มิลาน สอท. กรุงเอเธนส์ และททท.



4.3 การเข้าพบผู้นำเข้า/ผู้ประกอบการไทย

สดต. มิลาน ได้พบกับตัวแทนบริษัท LA TIENDA – M. PAPANASTASIOU & Co ผู้นำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่มจากไทย โดยได้สอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการบริโภคสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารไทยในตลาดกรีซในปัจจุบัน และแผนการนำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่มจากไทย โดยบริษัทเปิดเผยว่า ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ได้คลี่คลายลง ส่งผลให้ความต้องการสั่งซื้อสินค้าอาหารไทยมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น และบริษัทคาดว่าจะขยายการนำเข้าสินค้าบางรายการโดยตรงจากผู้ส่งออกไทยเพื่อเพิ่มโอกาสในการต่อรองและลดต้นทุนของสินค้า นอกจากนี้ สดต. มิลาน ได้ถือโอกาสประชาสัมพันธ์และเชิญชวนบริษัทเข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX – Anuga Asia 2023 ในฐานแขกพิเศษ EX2 ซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 23 - 27 พฤษภาคม 2566 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ซึ่งเบื้องต้นบริษัทแจ้งว่า บริษัทอาจจะไม่สามารถเดินทางเข้าร่วมงานในช่วงเวลาดังกล่าวได้อันเนื่องมาจาก

ติดภาระกิจที่สำคัญของบริษัท

สศต. มิลาน ได้เข้าพบ บริษัท โปรแพลนอุตสาหกรรม จำกัด ซึ่งได้สมัครขอรับการสนับสนุนการออกบูธแสดงสินค้าผ่านโครงการ SMEs Pro-active จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นผู้ผลิตแบรนด์ตนเอง และ OEM ผู้ส่งออกสินค้าเครื่องแกง ซอสปรุงรส น้ำจิ้ม อาหารพร้อมปรุง (meal kit) อาหาร plant-based ผลิตภัณฑ์ข้าวโพด Salad Dressing โดยถือเป็นครั้งแรกที่บริษัทเข้าร่วมแสดงสินค้าในงาน FoodExpo 2023 เนื่องจากบริษัทต้องการมาทดลองตลาดในกรีซ นอกเหนือจากงานแสดงสินค้าอาหารในเยอรมนีที่บริษัทเข้าร่วมงานเป็นประจำทุกปีอยู่แล้ว ซึ่งกรีซถือเป็นตลาดส่งออกสินค้าที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของไทย และมีโอกาสในการที่บริษัทจะสามารถเจาะตลาดและขยายการส่งออกสินค้าอาหารไทยมายังประเทศในยุโรปเพิ่มขึ้นได้ คูหาของบริษัทตั้งอยู่ในอาคาร 1 เลขที่ F48 นำสินค้าแบรนด์ Chef Art อาทิ ซอสศรีราชา ซอสเทอริยากิ น้ำจิ้มเปาะเปี๊ยะ น้ำจิ้มสะเต๊ะ น้ำจิ้มรสเมพร้าและมะนาว น้ำจิ้มรสเสาวรส ซอสปรุงรสดัดไทย ซอสผัดกะเพรา ซอสเครื่องต้มยำ ซอสผัดเปรี้ยวหวาน plant-based เบอ์เกอร์ เครื่องแกงเขียวหวาน เครื่องแกงพะแนง เป็นต้น ซึ่งบริษัทมีความพอใจในการเข้าร่วมงานในครั้งนี้ เนื่องจากได้พบปะลูกค้าเฉลี่ย 11-20 ราย/วัน มีการเจรจาการค้าที่มีผลตอบรับค่อนข้างดี และได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า รวมถึงบริษัทยังได้พบปะกับผู้นำเข้ากรีซผ่านการประสานนัดหมายจาก สศต. มิลาน จำนวน 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท La Tiena จำกัด และบริษัท Asiana จำกัด นอกจากนี้ สศต. มิลาน ยังได้เข้าเยี่ยม บริษัท อุตสาหกรรมพันท้ายนรสิงห์สินค้าพื้นเมือง จำกัด ซึ่งมาร่วมออกบูธเองเป็นครั้งแรกในอาคาร 1 โดยบริษัทนำเสนอสินค้าเครื่องปรุง และซอสต่าง ๆ ซึ่งได้รับความสนใจค่อนข้างมาก

บรรยากาศการพบปะผู้นำเข้าสินค้าอาหารไทยในกรีซและผู้ประกอบการไทย ของ ผอ. สศต. มิลาน



ข้อเสนอแนะ/ความเห็น

5.1 งานแสดงสินค้า FoodExpo ถือเป็นงานแสดงสินค้าอาหารที่สำคัญที่สุดในประเทศกรีซ โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าและผู้เข้าชมงานขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การที่ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานดังกล่าวถือเป็นการสร้างโอกาสทางการค้า สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าอาหารไทย และสร้างการรับรู้ถึงตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในวงกว้าง โดยระหว่างเดือนมกราคม - มีนาคม 2566 ไทยส่งออกสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารมายังกรีซขยายตัวเพิ่มขึ้นจำนวนหลายรายการ อาทิ อาหารทะเลกระป๋องอื่น ๆ (+147.28%) ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง (+45.53%) ข้าวหอมมะลิ (+67.15%) เครื่องเทศและสมุนไพร (+219.23%) เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโอกาสในการขยายการส่งออกสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ของไทยมายังตลาดกรีซในปี 2566 จะมีแนวโน้มที่ดี

5.2 สดต. มิลาน มีความเห็นว่า การที่สินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกรีซ ส่วนหนึ่งมาจากจำนวนร้านอาหารไทยที่เปิดให้บริการเพิ่มขึ้นในกรุงเอเธนส์ และตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ของกรีซ โดยร้านอาหารไทยถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการจะช่วยผลักดันให้อาหารและผลิตภัณฑ์อาหารไทยสามารถเข้าไปสู่ครัวเรือนชาวกรีกได้อย่างถาวร นอกจากนี้ สดต. มิลาน ได้เล็งเห็นว่า ปัจจุบันร้านอาหารไทยในกรีซที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT มีจำนวน 3 ร้าน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์และผลักดันให้ร้านอาหารไทยในกรีซได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT เพิ่มขึ้น จะเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับสินค้าอาหารผลิตภัณฑ์อาหาร ร้านอาหารไทยที่มีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภคกรีกในวงกว้างมากขึ้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน
พฤษภาคม 2566