

O SUCESSO DA 2ª EDIÇÃO DA ANUFOOD BRAZIL

2PRÓ Comunicação

Contando com a presença de mais de quatrocentas marcas, o evento cresceu 80% em número de expositores e reforçou o seu posicionamento como a plataforma de negócios globais no setor de alimentos e bebidas.

O CRESCIMENTO expressivo no número de visitantes nacionais e internacionais na 2ª edição da ANUFOOD Brazil reforçou a importância do evento para o mercado de alimentos e bebidas da América do Sul. De 9 a 11 de março último, mais de quatrocentas marcas expositoras, incluindo onze pavilhões internacionais e expositores independentes de 24 países, fizeram negócios com mais de 9 mil visitantes qualificados, vindos de todo o Brasil e de mais 31 países, como Alemanha, Arábia Saudita, Argentina, Bolívia, Canadá, Chile, Colômbia, Equador, Estados Unidos, Paraguai, Peru, Uruguai, entre outros. Para o diretor-geral da Koelnmesse, Cassiano Facchinetti, a maior presença internacional e os novos projetos tornaram a feira ainda mais completa e contribuíram para o sucesso do evento. "Tivemos um aumento expressivo no número de expositores em relação à 1ª edição, e a quantidade de visitantes superou as nossas expectativas", apontou o diretor. A programação de eventos paralelos da feira, organizados em parceria com associações do setor, incluiu numerosas conferências, visitas guiadas, palestras e experiências com convidados VIPs. A ANUFOOD Brazil teve o patrocínio do Makro Food Service, da BRF e do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

Organizada pela Koelnmesse Brasil, líder global na promoção de eventos para o mercado de alimentos e bebidas, a ANUFOOD Brazil é inspirada na Anuga, o maior evento do setor no mundo. "O conceito da ANUFOOD Brazil é único e bem-sucedido. Identificamos a necessidade de um evento exclusivo para o setor de alimentos e bebidas no Brasil, abrindo novos e estratégicos mercados", ressalta Facchinetti. A feira proporcionou a expositores e visitantes a possibilidade de ampliar e fortalecer seus negócios no mercado local, bem como de se beneficiar de uma plataforma de exportação capaz de aprimorar o posicionamento de seus produtos no mercado internacional.

Anne Schumacher, vice-presidente de Gestão das Feiras do portfólio de Food & Food Technology na Koelnmesse GmbH, também destacou o sucesso da ANUFOOD: "A 2ª edição do evento não só demonstrou o potencial desse promissor mercado na América do Sul, como também provou que a ANUFOOD Brazil é exatamente a plataforma certa para reunir a demanda internacional e a crescente indústria brasileira de alimentos e bebidas no mais alto nível. É isso que faz da ANUFOOD Brazil uma feira de negócios que contribui para o sucesso de nossos expositores e visitantes".

O evento recebeu visitantes qualificados nacionais e internacionais, com a presença das principais empresas de varejo e do *food service*, como Carrefour, Assaí Atacadista, restaurante

Eataly, Grupo GPA, Grupo Big, Supermercado St Marche, Hipermercado Tottus, Oregon Foods SAC e Oxxo.

O apoio das associações do setor foi fundamental para o sucesso do evento. Segundo Alexandre Jobim, presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas (ABIR), "para nós, a ANUFOOD Brazil é, além de uma oportunidade de receber os nossos associados e outros interessados, o momento de ampliar contatos e falar do futuro do setor. É um evento que está em sua 2ª edição e já é um grande sucesso". Já o diretor de Relacionamento Comercial & Marketing da Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (ABAD), Rogério Oliva, destacou, além da visitação qualificada, a profissionalização dos congressos: "Na ANUFOOD Brazil, os visitantes são qualificados, querem fazer *networking* e buscam alternativas para ampliar o *mix* de produtos. Destacaria, ainda, a realização do Congresso, que foi organizado pela Fundação Getulio Vargas (FGV) e debateu temas interessantes para o setor, a presença de marcas âncoras, as atividades promovidas na Arena Abrasel e a participação de cooperativas".

ALGUNS DESTAQUES DA FEIRA

As rodadas de negócios

O programa reuniu 43 compradores do Brasil e de mais seis países – Colômbia, Peru, Chile, Paraguai, Egito e Catar – durante os três dias de evento. Segundo a organizadora do evento, foram feitas mais de 1.250 reuniões, e a estimativa é de que os negócios gerados cheguem a US$ 27 milhões.

Pavilhão MAPA

O estande teve como tema o programa de cooperativismo Brasil Mais Cooperativo e a presença de dez cooperativas da agricultura familiar com vocação para acessar o mercado de alimentos e bebidas. São produtores regionais com certificado para exportação.

ANUFOOD Brazil Experience – Missão S/A Varejo

Missão com 99 donos dos principais supermercados do Brasil, convidados pela Koelnmesse e pela mídia S/A Varejo, e que aconteceu no primeiro dia do evento. Os participantes acompanharam uma visita monitorada, tendo a oportunidade de conhecer novos produtos e fornecedores.

A Embrapa

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária levou à ANUFOOD Brazil soluções tecnológicas de mais de dez Unidades Descentralizadas de diversos estados brasileiros e lançou, em primeira mão, um sensor de baixo custo para monitorar o grau de maturação de frutas. O dispositivo é chamado de Yva (de *iva*, "fruta" em tupi) e utiliza recursos de nanotecnologia e inteligência artificial.

Espaço Descobertas

Inovador, o espaço apresentou categorias e produtos de quatorze empresas que atendem as demandas do consumidor atual, mais preocupado com a saúde e a sustentabilidade do Planeta. O estande reuniu marcas de empreendedores brasileiros que buscam inovar em seus segmentos, seja incorporando ingredientes diferenciados e naturais, seja resgatando sabores de produtos artesanais.

Congresso

Simultaneamente à 2ª edição da Feira, com a curadoria da FGV e a co-organização da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), especialistas do setor e do Governo debateram as tendências e os produtos que impactarão o consumo nos próximos anos, com o objetivo de orientar a indústria de alimentos para melhorar a qualidade da produção. ■

Sobre a Koelnmesse – Global Competence in Food and FoodTec

A Koelnmesse é líder internacional na implementação de feiras de alimentos, serviços e produtos relacionados ao processamento de alimentos e bebidas. Feiras como a Anuga, a ISM – Feira Internacional de Doces e Biscoitos – e a Anuga FoodTec são reconhecidas em todo o mundo como líderes absolutas em seus setores. A Koelnmesse também organiza feiras líderes no setor de alimentos e bebidas em outros mercados emergentes no mundo todo, tais como Brasil, China, Índia, Itália, Japão, Tailândia, Estados Unidos e Emirados Árabes Unidos. Com essas atividades globais, a Koelnmesse oferece aos seus clientes um completo portfólio de eventos qualificados, em diferentes mercados, que garantem uma rede de negócios sustentável e internacional.