

No.10/ janeiro, São Paulo
#anufoodbrazil

Pequenos produtores apresentam oportunidades importantes para o varejo alimentar

Com produtos inovadores, variados e dentro das mais novas tendências a presença dos pequenos produtores cresce nos Pontos de Vendas

Pouco antes de terminar o ano, um dos maiores grupos varejistas do país, o gigante Carrefour, anunciou uma mudança que deve impactar o mercado em 2022. A rede firmou parceria com duas startups, a Local.e e a Muda Meu Mundo, com a proposta de ampliar a oferta de produtos locais e regionais nas suas lojas. A decisão provocou uma grande mudança na estrutura da empresa e na adaptação de processos internos para facilitar ainda mais a entrada dos produtos de pequenos e médios produtores em suas lojas.

Na área de descarga, que só recebia caminhões, agora entram veículos particulares de fornecedores que fazem pequenas entregas, e os complexos contratos feitos com grandes marcas passaram de 30 a 10 páginas para reduzir a burocracia e acelerar o cadastramento de produtores menores. A rede criou ainda uma incubadora interna para ajudar esses novos fornecedores, oferecendo pagamentos mais vantajosos e isenção de taxas logísticas. Atualmente, o Carrefour já oferece cerca de 9 mil itens regionais de mil produtores em suas lojas.

As parcerias valem para todos os estados em que o Carrefour está presente e são complementares. Enquanto a Local.e oferece marcas locais de produtos alimentícios industrializados, a Muda Meu Mundo faz a ponte com pequenos agricultores. As duas empresas trabalham com plataformas online, aproximando varejistas e pequenos produtores, e funcionando como uma grande vitrine de produtos. Desde agosto o Carrefour também oferece em Brasília alimentos da cooperativa Central do Cerrado produzidos por comunidades extrativistas.

"Buscamos facilitar o acesso de nossos clientes a alimentos saudáveis, sustentáveis e baratos, promovendo, ao mesmo tempo, as características regionais de cada estado ou país", explica Arnaud Dusaintpere, Diretor Comercial das células regionais do



ANUFOOD Brazil
12.04.-14.04.2022
www.anufoodbrazil.com.br

Contato:
Michael Fine
Tel. +55 11 3874-0030
e-mail: m.fine@koelnmesse.com.br

Koelnmesse Ltda.
Francisco Matarazzo, 1752
Cj. 1704 / 05001-200
São Paulo (SP)
Brazil
Tel.+55 11 3874-0030
www.koelnmesse.com.br

Managing Director:
Beni Piatetzky

Carrefour, sobre a iniciativa alinhada ao programa *Act for Food*, um compromisso global do grupo francês para liderar a transição alimentar nos países em que está presente.

"É uma mudança significativa. É a primeira grande rede varejista que faz um esforço como esse no país, revendo seus processos internos para receber pequenos produtores, mostrando uma tendência que deve crescer nos supermercados", diz Leila Okumura, co-fundadora da Local.e, plataforma com mais de 8.000 produtos e 3.000 marcas locais, que deve crescer a partir dessa parceria.

Outro mercado, a Quitanda, de São Paulo, já nasceu com esse conceito no seu DNA. Com apenas uma loja, no bairro de Pinheiros, o negócio fundado em 2007 é uma referência nesse tipo de oferta. A Quitanda, que também é parceira da Local.e, tem atualmente mais de 300 itens de pequenos fornecedores.

"Este trabalho vem sendo feito há mais de 3 anos. Nesse período, viemos intensificando a nossa busca não só por produtos diferenciados e deliciosos, mas também por produtos que contassem boas histórias", conta Gabriela Matos, Head de Desenvolvimento de Produtos na Quitanda. "Dessa forma, apresentamos aos nossos clientes uma seleção de produtos autênticos, saborosos, naturais e íntegros", diz a executiva sobre esse trabalho que faz parte do posicionamento da empresa de promover marcas sustentáveis.

O driver do sortimento é o cliente

"O driver nesse movimento de fortalecer o sortimento dentro das lojas é o consumidor final", analisa Michael Fine, gerente da ANUFOOD Brazil sobre uma tendência que começa a se fortalecer no Brasil com uma mudança nos hábitos dos consumidores, cada vez mais preocupados com saúde, variedade, novidades e sustentabilidade.

Uma pesquisa inédita no país, realizada em julho de 2021 pela Toluna em parceria com a Local.e, revelou dados interessantes sobre esses novos consumidores. Segundo o estudo, 84% dos brasileiros gostam de experimentar novos produtos, mas a maioria, 57%, têm visto poucas novidades, e 53% sentem falta de variedade de marcas e produtos nos supermercados.

"A concorrência está maior e o sortimento pode ser um caminho para conseguir se diferenciar no mercado. O varejista precisa entender esse consumidor de hoje que está buscando novos produtos, que têm mais acesso à informação", observa Leila Okumura.

Outro dado interessante mostra que o estímulo para ir ao supermercado pode ser o preço acessível, mas que o sortimento de produtos e de marcas são a grande oportunidade para o varejista. Segundo a pesquisa, 84% dos brasileiros pensam em preço quando vão ao supermercado, mas 75% preferem supermercados com variedade de tipos de produtos, e 61% com variedade de marcas, sendo estes o segundo e o terceiro estímulos mais importantes, na frente de fatores como localização (60%), atendimento (56%) e limpeza das lojas (45%).

No caso das marcas locais, 75% dos consumidores têm interesse em comprar marcas locais, por acreditarem que são produtos de qualidade e feitos com cuidado, e 76% dariam preferência a mercados que tivessem essa oferta.

"Em um mercado onde a concorrência é cada vez mais acirrada, o varejista pode buscar estratégias de ampliação do mix de produtos para conquistar a fidelidade do cliente e aumentar a rentabilidade da loja", comenta Michael Fine, que vê o crescimento na próxima edição da feira na exposição de produtos locais, artesanais, alimentos saudáveis, plant-based, e orgânicos. "Essas tendências estão bem representadas na planta da ANUFOOD Brazil 2022, e os visitantes vão encontrar muitos produtos inovadores e diferenciados na feira", explica.

A feira ANUFOOD Brazil vai apresentar tendências, novidades e oportunidades de conhecer lançamentos, novos produtos, produtos disruptivos e produtos importados, na sua 3ª edição que acontece entre os dias 12 e 14 de abril de 2022, no São Paulo Expo. No evento a Local.e apresentará o **Espaço Descobertas**, que conta com a presença de 25 marcas de produtos artesanais premium como a cerveja artesanal Tito Bier, as geleias artesanais Troppo, e o creme nutritivo vegano Landê, entre outras novidades que podem melhorar a oferta de sortimento nas gôndolas. "Juntos somos grandes e na feira estamos abrindo uma oportunidade para produtores e para varejistas, que eles não teriam normalmente", destaca Leila Okumura.

A feira também receberá o 1º Congresso Nacional para Supermercados de Bairro e Vizinhança, que será realizado em parceria com a Expo Supermercados nos dias 13 e 14 de abril das 10h às 12h no Auditório Principal. O evento vai abordar os temas e tendências mais atuais desse setor e apresentar casos de sucesso, painéis e melhores práticas dos líderes e formadores de opinião de todo o Brasil.

Serviço:

ANUFOOD Brazil

Data: Abril 12-14, 2022

Horário: 10h - 19h

Local: São Paulo Expo

Endereço: Rodovia dos Imigrantes Km 1,5 - Vila Água Funda, São Paulo - SP

Page

PAGE 4/ NUMPAGES

4

Parceiros Estratégicos: ABIA, ABIR, APEX-BRASIL, EMBRAPA, FGV EUROPE e ITAL.

Parceiro Social: Gerando Falcões

Sobre a ANUFOOD Brazil - A ANUFOOD Brazil é organizada pela **Koelnmesse Brasil** em parceria com duas unidades da Fundação Getulio Vargas (FGV), a **FGV Europe** e a **GV Agro**, dedicando o devido espaço a toda diversidade das atividades relacionadas ao agronegócio e à indústria alimentícia e de bebidas. Dessa forma, compradores nacionais e internacionais terão a oportunidade de se encontrar em um mesmo local para realizar negócios, além de ter contato com as inovações da indústria. O evento acontece de 12 a 14 de abril de 2022, no São Paulo Expo, em São Paulo.

Mais informações: www.anufoodbrazil.com.br

Sobre a Koelnmesse - Global Competence in Food and FoodTec: A Koelnmesse é líder internacional na implementação de feiras de alimentos e serviços e produtos relacionados a 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 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 estas 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.

Mais informações: <https://www.anuga.com/fair/industry-trade-fairs/>

Os próximos eventos da Koelnmesse:

ISM - A maior feira mundial de doces e petiscos, Colônia 30.01. - 02.02.2022

ProSweets Cologne - A feira internacional de fornecedores para a indústria de doces e salgadinhos, Colônia 30.01. - 02.02.2022

Nota aos editores

- Fotos da ANUFOOD Brazil estão disponíveis para download no site

<https://www.anufoodbrazil.com.br/galeria-de-fotos/>

- Vídeos da ANUFOOD Brazil estão disponíveis para acessar no site

<https://www.anufoodbrazil.com.br/galeria-de-videos/>

ANUFOOD Brazil nas redes sociais:

Facebook: [facebook.com/anufoodbrazil](https://www.facebook.com/anufoodbrazil)

Instagram: @anufoodbr

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/anufood-brazil/>

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCebO5_epuMPam5T6hBHVOjQ

Page

PAGE 4/ NUMPAGES

4

Informações para Imprensa:

2PRÓ Comunicação - Koelnmesse Brasil

Teresa Silva - teresa.silva@2pro.com.br

Myrian Vallone - myrian.vallone@2pro.com.br

(11) 3030-9463 | 99228-7836

www.2pro.com.br