

No.23/ 2PRÓ Comunicação / Março, São Paulo
#anufoodbrazil

2ª edição da ANUFOOD Brazil cresce em 80% em número de expositores e reforça seu posicionamento como a plataforma de negócios globais no setor de alimentos e bebidas



- Mais de 400 marcas expositoras
- Participação internacional expressiva: 11 pavilhões internacionais e expositores independentes de 24 países
- Rodadas de negócios: mais de 1.250 reuniões foram realizadas, nas quais são estimados geração de negócios de U\$ 27 milhões

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 09 a 11 de março, mais de 400 marcas expositoras, incluindo 11 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 primeira edição e a quantidade de visitantes superou as nossas expectativas”. 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 Brazil, líder global na promoção de eventos para o mercado de alimentos e bebidas, a ANUFOOD Brazil é inspirada na Anuga, maior evento do setor do 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 se beneficiar de uma plataforma de exportação capaz de aprimorar o posicionamento de seus produtos no mercado internacional.

ANUFOOD Brazil
12.03.-14.03.2019
www.anufood.com.br

Seu contato:
Renata Camargos
Tel.
+55 11 3874-0030
e-mail
r.camargos@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:
Cassiano Facchinetti
a

Anne Schumacher, vice-presidente de gestão das feiras do portfólio de Food & Food Technology na Koelnmesse GmbH, também destacou o sucesso da ANUFOOD. "A segunda edição do evento não só demonstrou o potencial deste promissor mercado na América do Sul, como também provou que a ANUFOOD Brazil é exatamente a plataforma certa para reunir a demanda internacional com 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".

A ANUFOOD Brazil 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 ABIR (Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas), "a ANUFOOD Brazil para nós é, além de uma oportunidade de receber nossos associados e outros interessados, o momento de ampliar contatos e falar do futuro do setor. É um evento que está em sua segunda edição e já é um grande sucesso." Já o Diretor de Relacionamento Comercial & Marketing da ABAD (Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores), Rogério Oliva, destacou, além da visita 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 debateu temas interessantes para o setor, a presença de marcas âncoras, as atividades promovidas na Arena Abrasel e a participação de cooperativas."

Feedback positivo dos expositores nacionais e internacionais

Os expositores fizeram um balanço extremamente positivo em relação à 2ª edição da ANUFOOD Brazil. Um dos patrocinadores da feira, a Makro Food Service, comemorou o número de visitantes do evento. "É muito importante participar de uma feira como a ANUFOOD Brazil, que vem com a chancela da Koelnmesse, empresa que organiza a Anuga, o maior evento de alimentos do mundo. Quando fomos procurados pela organização decidimos ter um papel de protagonistas - patrocinadores - porque acreditamos que a mensagem e o propósito da Koelnmesse estão alinhados aos nossos propósitos, que são fazer com que a empresa evolua cada vez mais no mercado de food service no Brasil, contribuindo para a sua profissionalização. A feira superou muito as nossas expectativas. Não foi um estande apenas de relacionamento e geramos negócios já no primeiro dia", disse Marcelo Abrantes Pinheiro, CEO do Makro Food Service.

Gerson Mantovani, diretor da BRF, confirmou o crescimento da ANUFOOD Brazil em comparação com a primeira edição. "É muito importante ter uma feira no estilo da ANUGA que possa conectar todos os países da América Latina. Acho que este ano a

feira esteve muito melhor, mais movimentada, com agenda mais dinâmica, reuniões muito mais produtivas. É impressionante quando a gente compara o ano passado com este ano. Tivemos reuniões com distribuidores, com hotéis, com clientes, enfim, foi uma feira muito movimentada, que atingiu os nossos objetivos”. Ulisses Bambini, Diretor da Bello Fruit, conseguiu estabelecer bons contatos na feira. “Já participamos duas vezes da Anuga e estamos na ANUFOOD Brazil desde a primeira edição. Fechamos alguns negócios durante a feira e a expectativa é ampliar o portfólio de clientes”. Vitor Ribeiro do Vale Gomes, diretor da Villani Salumi, também avaliou a participação da empresa na feira como um grande sucesso. “A Villani é uma empresa italiana que sempre participa de eventos como este na Europa. Já estivemos, inclusive, na Anuga. Encontramos na ANUFOOD Brazil clientes como supermercadistas, hotéis e panificadoras. Foi muito bom”.

No pavilhão do país alemão, Clemens Wirbel, da Divisão de Feiras do Ministério da Alimentação e Agricultura alemão, também avaliou a participação da empresa na feira como um grande sucesso. "Estamos aqui para ajudar os expositores alemães a explorar novos mercados na América do Sul, especialmente no Brasil. Eu posso dizer que eles estão felizes e conseguiram bons negócios".

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 que os negócios gerados cheguem a U\$ 27 milhões.

Pavilhão MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento)

O estande teve como tema o programa de cooperativismo "Brasil Mais Cooperativo", e a presença de 10 cooperativas da agricultura familiar com vocação para acessar o mercado de alimentos e bebidas. São produtores regionais com certificado para exportação. Fernando Schwanke, Secretário de Agricultura Familiar do MAPA, reforçou a importância da ANUFOOD Brazil para a América Latina. "O Ministério da Agricultura realiza vários eventos na Anuga, que também é organizada pela Koelnmesse, e o fato de que ter um evento como este no Brasil traz uma importância para o país e para a América Latina. Trouxemos cooperativas de produtos como açaí e nozes, que certamente serão comercializados internacionalmente".

ANUFOOD Brazil Experience - Missão S/A Varejo

Missão com 99 donos dos principais supermercados do Brasil, convidados pela Koelnmesse e a mídia S/A Varejo, que aconteceu no primeiro dia de evento. Os participantes acompanharam uma visita monitorada, tendo a oportunidade de conhecer novos produtos e fornecedores. Marcos Pessanha, Diretor Comercial do grupo Big Box, ressaltou a diversidade de produtos do evento. “Nós observamos que existem os nichos que podem ser trabalhados, como o vegano, doces árabes, de

Israel, da Síria, todos precisam ser bem desenvolvidos e explorados dentro da loja. Peguei alguns contatos aqui, e vou levá-los para o meu time em Brasília para seguir com as tratativas de negócio. Foi muito bom!”

Page
4/5

A Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária)

A empresa 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 (fruta, em tupi guarani) e utiliza recursos de nanotecnologia e inteligência artificial. “A ANUFOOD Brazil foi uma grata surpresa para nós. Participamos no ano passado e sabíamos que, por ser a primeira edição da feira, seria superada pela edição deste ano. Mas foi muito melhor. O nosso estande foi campeão de visitaçã”, disse o Chefe de Transferência de Tecnologia da Embrapa, Fernando Cammy.

Espaço Descobertas

Inovador, o espaço apresentou categorias e produtos de 14 empresas que atendem às demandas do consumidor atual - mais preocupados 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.

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:** <http://www.global-competence.net/Global-Competence-in-Food-and-FoodTec/>

Os próximos eventos da Koelnmesse:

WellFood Ingredients - Summit Internacional de Ingredientes Funcionais,
Nutracêuticos e Naturais - São Paulo, Brasil - 14.-15.04.2020
ANUFOOD China - Shenzhen, China - 08.-10.07.2020
Alimentec - Bogotá, Colômbia - 9.-12.06.2020

Nota aos editores

- Fotos da ANUFOOD Brazil estão disponíveis para download no site <https://www.anufoodbrazil.com.br/imprensa>

Facebook:

facebook.com/anufoodbrazil

Instagram:

@anufoodbr

Page

5/5

Informações para imprensa:

2PRÓ Comunicação - Koelnmesse

Email equipe: anufoodbrazil@2pro.com.br

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

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

Renê Gardim - rene.gardim@2pro.com.br

www.2pro.com.br