



## Boletim 1

# **“O mundo reconhece a força e a qualidade dos nossos alimentos”, afirma a Diretora do Departamento de Promoção Comercial e Investimentos da Secretaria de Comércio e Relações Internacionais, Ângela Pérez**

A 6ª edição da Anuga Select Brazil teve início nesta terça-feira (8/4), às 10h, com a solenidade de abertura no Distrito Anhembi, em São Paulo. O diretor geral da Koelnmesse no Brasil, Beni Piatetzky, abriu a cerimônia destacando a força do setor na economia brasileira. “O Brasil inicia este ano com um otimismo notável, impulsionado pela estimativa de investimentos de aproximadamente R\$ 120 bilhões até 2026, conforme dados da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA).”

“A feira se consolida como a vitrine mais completa para o varejo, redes de serviços de alimentação, o crescente mercado de refeições fora de casa e o setor de hospitalidade”, completa Piatetzky.

Também presente na abertura, Nils-Holger Glomme, gerente de marca global da Koelnmesse, destacou que “o evento servirá como uma plataforma de primeira linha para inovação, colaboração e oportunidades de negócios no setor de alimentos e bebidas no mercado brasileiro. 2025 representa novos desafios para nossa indústria. Mudanças econômicas, desenvolvimentos regulatórios, incertezas climáticas exigem que sejamos mais ágeis do que nunca. No entanto, como a história mostrou, o setor de alimentos e bebidas continua sendo um pilar de resiliência e crescimento, e aqui na Anuga Select Brasil, não estamos apenas nos adaptando às mudanças, estamos liderando-as”.

A feira reúne lançamentos, novidades e inovação de setores que movimentam a economia no país. São esperadas mais de 510 marcas expositoras, vindas de 38 países, ocupando 14.000 metros quadrados, onde estão 17 pavilhões internacionais e 20 nacionais. Este ano a Anuga traz ainda mais atrações, networking e inovação, com mais de 192 horas de conteúdo apresentado por especialistas do setor. A expectativa da organização é ultrapassar a marca dos 16 mil visitantes ao longo dos três dias de evento.

### **Autoridades presentes**

A Diretora do Departamento de Promoção Comercial e Investimentos da Secretaria de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária, Ângela Pérez, ressaltou o papel estratégico da Anuga no fortalecimento do setor

agroalimentar e na promoção internacional dos produtos brasileiros. “O mundo reconhece a força e a qualidade dos nossos alimentos. Somos referência em segurança alimentar, sustentabilidade, inovação e competitividade. Em 2024, o valor das exportações do agronegócio brasileiro superou 165 bilhões de dólares, representando cerca de 50% das exportações totais do nosso país. O setor agroalimentar emprega direta e indiretamente milhões de brasileiros e o pilar da nossa balança comercial é fundamental para o equilíbrio macroeconômico do país.”

Alderi Emídio de Araújo, diretor executivo de Governança e Informação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), abordou a importância de parcerias público-privadas para acelerar o desenvolvimento de alimentos saudáveis. “Graças ao trabalho das instituições públicas e privadas voltadas para ciência, tecnologia e informação, e, com certeza, pelo esforço dos produtores brasileiros, estamos em transição de uma situação de produção de alimentos in natura para o setor industrial, comprometido também com a produção de alimentos de qualidade. Então, essa feira é fundamental para que a gente possa efetivamente direcionar os nossos esforços no sentido de produzir alimentos de qualidade. A aliança com o setor privado, que é mais ágil, permite construir agilidade, construir caminhos que possam tornar nossas tecnologias mais disponíveis para a população.”

“O Governo do Estado de São Paulo realiza pesquisas para apoiar o setor produtivo de alimentos e bebidas do nosso estado. Temos feito esforços contínuos para que cada vez mais tenhamos melhores estruturas e condições de apoiar esse importante setor que vem crescendo a passos largos. O nosso trabalho consiste em garantir um ambiente próspero, saudável e com competitividade para o setor de alimentos. Uma das formas de fazer isso, é apoiar as feiras ligadas ao setor e criar ambientes para mostrar nossos produtores de campo, produtores de indústria, comerciantes, compradores, importadores, exportadores para o mercado interno e externo”, disse Edson Alves Fernandes, Secretário Executivo de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo.

Encerrando a solenidade de abertura, o Coronel Marcos Rocha, governador de Rondônia, exaltou o crescimento da agropecuária local. “Ainda este ano, o estado de Rondônia terá o maior frigorífico bovino da América Latina. O setor agropecuário é composto por 80% de pequenos produtores, mas que de pequenos eles não têm nada, porque produzem coisas maravilhosas, como o café que já recebeu prêmio internacional, temos nossa castanha de cacau que está concorrendo entre as melhores do Brasil. Além, claro, do melhor peixe do mundo, o tambaqui.

## **Embrapa e CEAGESP apresentam suas novidades para a agroindústria**

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) participa da 6ª edição da Anuga Select Brazil como parceira estratégica do evento, que segue até quinta-feira

(10/4) no Distrito Anhembi. Entre os lançamentos, estão a maçã Purple Gala, a primeira cultivar brasileira do grupo Gala com casca totalmente vermelha, fruto de uma mutação natural que resulta em intensa pigmentação e excelente qualidade sensorial. A parceria com a empresa Jardim dos Clones viabiliza a comercialização dos frutos e das mudas dessa nova variedade.

Além da Purple Gala, a Embrapa apresenta produtos plant-based, como o vatapá à base de fibra de caju, uma opção vegana formulada com fibra de pedúnculo de caju e outros ingredientes, com estabilidade de até 80 dias sob congelamento, e o quibe elaborado com fibra de caju e proteína de alga, que mantém sabor e textura semelhantes ao tradicional.

O espaço também conta com os concentrados proteicos de lentilha e grão-de-bico, com teores de proteína de 80% e 73%, respectivamente, além do concentrado de feijão carioca, com 80% de proteína, destinados a enriquecer alimentos à base de plantas, como hambúrgueres e leites vegetais.

No estande da Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP), a Campal Frutas e Legumes, de Valinhos (SP), destaca sua produção de figo roxo, reconhecida nacionalmente e exportada para diversos países europeus. Cristiane Fabiano, sócia-proprietária da empresa, ressalta: "Nossa produção de figo roxo é uma das maiores do estado, e agora estamos exportando para a Europa, além de distribuir para todo o Brasil."

Já a Frutas Luma apresenta um portfólio diversificado de produtos da Amazônia, como maná-cubiu, jenipapo, cupuaçu e cacau. Airton Bruno, sócio-proprietário da empresa, enfatiza: "O mercado de exóticos da Amazônia está crescendo exponencialmente. Participar de uma feira como a Anuga é uma excelente oportunidade para divulgar esses produtos e alcançar um público global."

## **Cachaça ganha pavilhão exclusivo na Anuga Brazil e valoriza herança cultural brasileira**

O Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC) participa pela primeira vez da Anuga Select Brazil com um pavilhão inteiramente dedicado à bebida internacionalmente conhecida. A iniciativa visa oferecer ao público uma experiência sensorial completa, permitindo a degustação moderada e responsável da Cachaça, além da apresentação de seus aromas, sabores e diversidade.

O pavilhão busca proporcionar uma imersão na cultura da Cachaça, promovendo o contato direto com produtores e rótulos de destaque nacional. Ao todo, participam marcas de cinco estados: Famigerada (MG), Gogó da Ema (AL), Pitú (PE), Weber Haus (RS) e Ypióca (CE). A presença regional reforça a pluralidade da produção brasileira e

permite aos visitantes conhecerem diferentes estilos, métodos de envelhecimento e matérias-primas utilizadas.

Henrique Tenório, proprietário da alagoana Gogó da Ema, destaca o lançamento de duas novidades no evento: “Estamos promovendo na feira lançamentos da Cachaça premium envelhecida em carvalho francês por 4 anos e da Cachaça envelhecida por 8 anos, que passa por duas madeiras brasileiras - jequitibá e o bálsamo, e finaliza com mais de 2 anos no carvalho francês, totalizando 8 anos”.

Já a cearense Ypióca apresenta a Mestre Ouro como seu grande diferencial. Segundo Ana Carolina Corrêa, master distiller da marca, “ela foi lançada em junho do ano passado e é uma Cachaça armazenada em tonéis de amburana, de castanheira e bálsamo, então é uma proposta mais suave, adocicada, com notas florais e amadeiradas”.

Com foco na valorização da identidade nacional e no fortalecimento da cadeia produtiva, a presença da Cachaça na Anuga Select Brazil sinaliza um movimento crescente de reconhecimento da bebida não apenas como patrimônio cultural, mas também como produto competitivo no mercado global.

## **UE estreia na Anuga Brazil, enquanto a Câmara de Comércio Árabe Brasileira retorna ao evento**

A 6ª edição da Anuga Select Brazil, que teve início nesta terça-feira (8/4), às 10h, bateu recorde na quantidade de expositores internacionais. Ao todo, são 17 pavilhões com países de quatro continentes: EUA, Argentina, Peru, Itália, Alemanha, Turquia, China, Índia, União Europeia, Câmara de Comércio Árabe (dois países), Malásia, Vietnã e Egito.

Após alguns anos longe do evento, a Câmara de Comércio Árabe Brasileira retorna à Anuga com a missão de conectar produtores brasileiros com produtores dos países da Liga Árabe. “Para conectar os negócios brasileiros e árabes, uma das ferramentas mais importantes é a participação nas feiras. O segmento de alimentos e bebidas é um dos mais importantes dessa balança comercial entre o Brasil e os países árabes. Então, para a gente gerar oportunidades para empresas árabes no Brasil, este setor é prioritário”, afirmou Estevão Carvalho.

Neste retorno, foram feitos dois estandes, o primeiro composto por quatro empresas da Arábia Saudita e o segundo com cinco empresas palestinas, nove no total. “As empresas sauditas são especializadas em tâmaras e produtos derivados de tâmaras. No pavilhão palestino, as empresas têm tâmaras no portfólio e também azeite. Elas produzem um azeite de altíssimo padrão, além do zattar, um tempero bem tradicional da região”, completou Carvalho.

Entre os países da América do Sul, o Pavilhão do Peru está presente desde a primeira edição. As empresas peruanas têm como objetivo adentrar seus produtos, principalmente, no mercado brasileiro.

“Nosso objetivo é diversificar a oferta de exportação das empresas peruanas e permitir que os nossos produtos entrem no Brasil. Há produtos e empresas que já estão exportando, como é o caso da Limaterra, com os azeites de oliva e azeitonas, e da Peruvian Food Group, que também exporta manga desidratada e abacate congelado. Outras empresas desejam entrar nesse mercado, como a Indústria del Río, que tem frutas cristalizadas e geleias”, destacou Carlos Encalada, coordenador de agronegócio do Pavilhão do Peru.

“A Anuga Brasil, com certeza, é uma oportunidade de negócios para as empresas do Peru. Acho que é uma feira que está se consolidando muito bem, especialmente em relação aos produtos peruanos. E, mais do que tudo, eles têm um bom apoio, que é a parceria com a Anuga da Alemanha, na qual também participamos”, completou.

Já na Europa, a Alemanha marcou presença com o estande do Federal Ministry of Food and Agriculture, com o propósito de incentivar empresas alemãs a entrarem no mercado brasileiro. “Estou contente porque os estandes foram bastante visitados e todos adoraram”, afirmou Fatma Semiz, da Balland Messe-Service, responsável pelo Pavilhão Alemão.

O espaço conta com empresas de diversos segmentos alimentícios, como Bitburger, Teekanne, Kunella Feinkost, RiftValley e Ludwig Schokolade.

## **APEX Brasil dá oportunidade para que pequenas empresas exportem na Anuga**

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex Brasil), parceiro estratégico da Anuga, decidiu mudar o formato da sua participação na edição deste ano. “A Apex trouxe algumas empresas só com produtos na vitrine. Decidimos adotar uma exposição para empresas menores, que normalmente não têm muita visibilidade e oportunidade de expor e participar de um evento com a grandeza da Anuga. Dentre os critérios adotados para prospecção das empresas, consideramos a fabricação de produtos que são de origem natural e de origem amazônica”, conta Janaina Melo, analista da Apex Brasil.

Uma das empresas no estande da Apex é a Co.cook, uma marca de temperos gourmet com sabores de diversas localidades do mundo, como Síria, Índia, Malásia e Turquia.

“Nossos produtos eram vendidos em parceria com uma empresa francesa, mas decidimos encerrar para lançar com o nome da nossa marca. Para voltar a exportar, procuramos a Apex para nos ajudar nesse objetivo. E aí, viemos à Anuga com para

conseguir um investidor para viabilizar um crescimento sustentável da empresa”, relata Sonivan Cunha, CEO da Co.cook.

Pela primeira vez no evento, a AMZ Tropical, especializada na produção sustentável de destilados, decidiu participar da Anuga após ter o seu Tropical Dry Gin premiado em Londres. “Nós ficamos em segundo na categoria gin. E isso nos motivou também a explorar o mercado para a exportação. Então, hoje viemos trazer nosso premiado Dry Gin de Jambu. Além disso, esperamos fazer networking, ter contatos com outras empresas, tanto para exportação, quanto para distribuição no mercado interno. As pessoas têm demonstrado curiosidade, provam o produto, elas estão dispostas a realmente conhecer nossa marca e nossas bebidas. É muito bom poder mostrar essa parte da Amazônia para o mundo”, comenta Nathally Vieira, promotora da AMZ Tropical.

## Uso estratégico da Inteligência Artificial nos negócios

Durante a Anuga Select Brazil, no Auditório Food Trends, Douglas Martins, CMO da Alfama Foods, ministrou a palestra “Como usar Inteligência Artificial como um meio para gerar melhores resultados”. O palestrante enfatizou que o simples uso de comandos, conhecidos como prompts, representa apenas 10% do potencial da Inteligência Artificial (IA). Além disso, explicou que, para obter resultados eficazes, é essencial fornecer instruções claras e contextuais à IA.

“Por exemplo, ao solicitar a criação de um funil de vendas, deve-se especificar o contexto do negócio, o público-alvo, o formato desejado e quaisquer restrições, como evitar teorias e focar em aplicações práticas”, afirmou Martins.

De acordo com a consultoria [Mordor Intelligence](#), o mercado global de Inteligência Artificial no setor de alimentos e bebidas foi avaliado em mais de R\$ 3 bilhões em 2020, com expectativa de crescer quase dez vezes até 2026. No Brasil, o crescimento do mercado de IA nas empresas do setor é considerado moderado em comparação com outras regiões.

O profissional também diferenciou os conceitos de automação e IA, destacando que “automação faz, e a IA pensa”. Enquanto a automação executa tarefas repetitivas baseadas em regras pré-definidas sem capacidade de aprendizado ou tomada de decisão autônoma, a IA é capaz de processar informações, aprender com dados e tomar decisões mais complexas.

O palestrante também apontou áreas específicas onde a integração da IA pode trazer benefícios significativos, como na qualificação de equipes de vendas, conexão de sistemas de CRM para personalização de vendas e no suporte a equipes de design. A implementação estratégica da IA nessas áreas pode resultar em processos mais

eficientes e personalizados, impulsionando o desempenho e a competitividade das empresas no mercado.

**Serviço:**

**Anuga Select Brazil**

**Data:** 8 a 10 de abril de 2025

**Horário:** 10h às 19h

**Local:** Distrito Anhembi (entrada pelo Pavilhão 1)

**Endereço:** Av. Olavo Fontoura, 1209 - Santana, São Paulo - SP.

**Parceiros Estratégicos:** ABIA, ABIR, ABRASEL, APEX-BRASIL, EMBRAPA e EXPO SUPERMERCADOS.

*Sobre a Anuga Select Brazil - É organizada pela Koelnmesse Brasil que, por meio da Feira, dedica o devido espaço a toda diversidade de 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 8 a 10 de abril de 2025, no Distrito Anhembi, em São Paulo.*

*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://anuga-brazil.com.br/>

**Anuga Brazil nas redes sociais:**

**Facebook:** [facebook.com/anugabrazil](https://facebook.com/anugabrazil)

**Instagram:** [anugabrazil](https://www.instagram.com/anugabrazil/)

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

**Youtube:**[https://www.youtube.com/channel/UCebO5\\_epuMPam5T6hBHVOjQ](https://www.youtube.com/channel/UCebO5_epuMPam5T6hBHVOjQ)

**Fotos** acesse [aqui](#)

**Informações para imprensa:**

2PRÓ Comunicação - Koelnmesse Brasil

Teresa Silva - [teresa.silva@2pro.com.br](mailto:teresa.silva@2pro.com.br) | 11-99228-7836

Myrian Vallone - [myrian.vallone@2pro.com.br](mailto:myrian.vallone@2pro.com.br)

(11) 3030-9463 | 3030-9404

[www.2pro.com.br](http://www.2pro.com.br)