



Conexões que geram negócios: Anuga encerra sétima edição com rodada recorde na América Latina

Com 2500 reuniões realizadas no programa de compradores, feira conectou empresas de 96 países durante 3 dias e fortaleceu o ambiente de networking no setor de alimentos e bebidas

A Anuga Select Brazil encerrou sua sétima edição consolidando-se como o principal ponto de encontro do setor de A&B ao promover a maior rodada de negócios já realizada em uma feira na América Latina. Ao longo de três dias, o evento reuniu mais de 14 mil visitantes ao todo, além de grandes compradores nacionais e internacionais, conectando empresas de 96 nacionalidades com mais de 550 marcas em um ambiente estratégico para negociações, parcerias e expansão de mercado, um número que representa crescimento em tamanho em 10% e 48% em presença internacional.

“O encontro foi construído com base na conexão entre quem produz e quem compra. Criar esse ambiente altamente qualificado é fundamental para acelerar negócios, encurtar distâncias e gerar oportunidades reais para toda a cadeia. Mais do número de visitantes, focamos na qualidade do público, com mais de 60% representados por proprietários, presidentes, diretores e gerentes de empresas. A Anuga Brazil é a única no Brasil que reúne, de forma democrática, todo o setor de alimentos e bebidas, abrindo novas portas no mercado, internacionalização e gerando oportunidades reais de expansão.”, destaca Beni Piatetzky, diretor-geral da Koelnmesse Brasil, organizadora da feira.

A mega rodada movimentou cerca de R\$ 150 milhões, com a participação de mais de 300 empresas - o equivalente a 60% das marcas expositoras do evento. Ao todo, foram promovidas cerca de três mil reuniões com 120 grandes compradores do Brasil e do exterior, fortalecendo o ambiente de conexões qualificadas e acelerando o fechamento de contratos. A iniciativa contou ainda com a participação de parceiros estratégicos, ampliando o alcance e a diversidade dos encontros comerciais.

A Badia, empresa de alimentos dos Estados Unidos, que há três anos já atua com distribuição no Brasil, foi uma das participantes. A supervisora de vendas Rose Sousa conta que é neste cenário que consegue avançar com clientes importantes para fortalecer o relacionamento e aproximar a marca dos compradores.

“A rodada, de fato, abriu portas e facilitou o acesso a empresas estratégicas. Entrar no varejo sem conexões prévias é um grande desafio, e aqui conseguimos falar diretamente com os tomadores de decisões”, conta.

Um dos encontros foi com a rede de supermercados Andorinha. “Um dos pontos mais positivos desse espaço é justamente a possibilidade de ter um tempo qualificado para as conversas”, explica Carolina Penteado, gerente de Marketing da marca, que pela primeira vez participa do evento como varejista e compradora.

“Com o crescimento da feira, fica difícil visitar todos os estandes e acompanhar todas as inovações. Nas rodadas, conseguimos parar, ouvir a indústria, entender a história e o propósito das marcas com mais profundidade”, reforça a executiva, que saiu com mais de 10 *leads* para avançar nas negociações nos próximos meses.

No movimento contrário, a Reserva de Minas avançou nos negócios justamente com uma empresa norte-americana que conta com uma rede supermercadista composta por mais de 1.000 lojas. “Surgiram oportunidades relevantes, como uma negociação para produção de geleias em marca própria - um modelo novo para nós, já que temos experiência na exportação com a nossa própria marca. É um projeto que nasceu aqui no evento e que queremos desenvolver”, explica Marcos Garcia, diretor de Vendas.

O executivo, que ainda participou das rodadas de negócios, disse que também conseguiu assinar um contrato lá. “Fechamos uma parceria com uma fábrica de doces artesanais para produção de uma linha com e sem açúcar. A proposta é lançar em dois meses, e vamos precisar correr para entregar. Mas é um desafio muito interessante. Essas conexões e negócios que nasceram e se concretizaram aqui são importantes”, reforça.

Mais de 200 horas de conteúdo

A Anuga Select Brazil também reforçou, em sua edição de 2026, o papel do conteúdo como um dos principais pilares do evento, ao oferecer uma programação completa e qualificada para diferentes perfis de profissionais do setor. Ao longo de mais de 180 horas, especialistas, executivos e chefs compartilharam conhecimento prático e estratégico, conectando tendências de mercado, inovação e aplicação real no dia a dia da indústria e do varejo.

Entre os destaques, novas frentes como o Cooking Show, comandado pela Casa Flora, trouxeram demonstrações ao vivo e conteúdo técnico aplicado à gastronomia. Já espaços como o Burger Trends e congressos setoriais aprofundaram discussões sobre inovação, comportamento do consumidor e tecnologia, evidenciando transformações importantes, como a busca por alimentos mais saudáveis, *clean label* e o uso crescente de inteligência artificial na jornada de consumo.

A aposta se mostrou essencial para atender à diversidade de público presente. Ao equilibrar conteúdo e negócios, o evento se revela uma plataforma completa, capaz de não apenas gerar oportunidades comerciais, mas também preparar o setor para

os desafios e tendências que moldam o futuro da alimentação e bebidas. Outros destaques foram Mohamad Hindi, ex-masterchef e influenciador digital, Jean Pontara, Wagner Donegatti, Fernanda Dalben e muitos outros.

Sustentabilidade à mesa

Ainda durante o encontro, o Sesc Mesa Brasil consolidou a parceria com o setor através de uma série de ações voltadas à conscientização e ao engajamento do público. Ao longo da feira, os visitantes puderam contribuir com a doação de alimentos logo na entrada, iniciativa que transformou o credenciamento em uma “credencial solidária” e reforçou o compromisso coletivo no combate à fome. No estande do programa, também foram apresentadas informações sobre sua atuação e formas de colaboração, ampliando a visibilidade do trabalho realizado em todo o país.

Como resultado, a participação gerou a arrecadação de mais de 2,6 toneladas de alimentos, um número 40% superior à edição anterior, que serão destinados a instituições sociais, contribuindo para a alimentação de famílias em situação de vulnerabilidade. A presença na feira também impulsionou o relacionamento com empresas do setor e abriu novas oportunidades de atuação conjunta, reforçando o papel do programa como uma iniciativa estruturada, com impacto mensurável e alinhada às agendas de sustentabilidade e responsabilidade social.

Criatividade e saudabilidade para atrair consumidores

Entre os principais destaques apresentados na Anuga 2026, chamou atenção a aposta em experiências sensoriais e produtos inusitados, como brownies de chocolate com bacon, bebidas com “pérolas explosivas” e sorvetes em formato 3D que reproduzem em tamanho real alimentos como coxinha e hambúrguer. Ao mesmo tempo, soluções práticas e funcionais ganharam espaço, como purês instantâneos com 25g de whey protein por porção.

“Essa tendência de saudabilidade se consolidou como um dos pilares do evento, acompanhando um movimento global de consumo mais consciente”, afirmou Beni. Produtos com redução de açúcar, versões plant-based, funcionais e com foco em saúde intestinal ganharam protagonismo, em um mercado que cresce impulsionado por novas gerações e já registra alta de 4,6% no consumo de categorias voltadas ao bem-estar no Brasil. Iniciativas como cafés com propriedades anti-inflamatórias e bebidas probióticas reforçam a evolução do portfólio da indústria.

Outro eixo relevante foi a valorização da origem e da sustentabilidade, tanto em produtos quanto em processos produtivos. O evento destacou desde vinhos e espumantes produzidos com frutas amazônicas, utilizando técnicas tradicionais internacionais, até modelos industriais circulares, como cachaças com garrafas retornáveis e produção baseada em reaproveitamento de insumos.

Ao todo, mais de 550 marcas estiveram presentes no principal encontro do setor de alimentos e bebidas da América Latina. Para 2027, a agenda já está fechada: entre os dias 6 e 8 de abril, os principais *players* do mercado se reúnem novamente na Anuga Select Brazil para impulsionar negócios, fortalecer conexões estratégicas e apresentar os lançamentos que moldam a indústria.

Sobre a Anuga Select Brazil

A Anuga Select Brazil é o principal ponto de encontro da indústria de alimentos e bebidas na América Latina. Um espaço onde marcas, compradores e especialistas nacionais e internacionais se conectam para gerar negócios, explorar tendências, descobrir inovações e fortalecer relações estratégicas. Com rodadas de negócios qualificadas, conteúdo relevante e visibilidade global, o evento transforma oportunidades em resultados concretos, posicionando as marcas no centro do mercado e do futuro do setor.