

BALANÇO

No.32/ 2PRÓ Comunicação / Março, São Paulo
#anufoodbrazil

Presença de público qualificado marca 1ª edição da ANUFOOD Brazil

- A primeira edição da feira reuniu 7.395 visitantes qualificados
- Rodadas de negócios internacionais: mais de 1.000 reuniões foram realizadas, nas quais são estimados geração de negócios entre U\$ 10 e U\$ 15 milhões.
- Além dos estandes, evento teve atrações como o Congresso ANUFOOD Brazil, organizado em parceria com a FGV.

Corredores cheios e grande volume de visitantes de todo o Brasil. Assim foi a primeira edição da ANUFOOD Brazil - Feira Internacional Exclusiva para Alimentos e Bebidas, que trouxe para o país e para São Paulo um modelo que é referência em eventos para a indústria de alimentos em todo o mundo. A ANUFOOD é inspirada na ANUGA, realizada há mais de um século na Alemanha - e assim como sua versão original, foi organizada e promovida pela Koelnmesse.

O evento de negócios aconteceu no São Paulo Expo, entre os dias 12 e 14 de março, e reuniu 7.395 visitantes e 200 marcas expositoras de 20 países. Entre os compradores presentes, representantes de grandes redes como **Grupo Casino, Carrefour, Walmart, Grupo St. Marché** e redes regionais de todos os estados brasileiros. O evento atendeu a compradores buscando bons negócios tanto para o mercado interno quanto para exportações.

“É impossível não definir esta primeira edição como um sucesso. As atrações estiveram cheias, entre elas nosso congresso, em parceria com a FGV - Fundação Getúlio Vargas. Estamos felizes também com a Rodada de Negócios, organizada em parceria com a Promoex e o patrocínio da MSC, com compradores internacionais. Foram mais de 1.000 reuniões realizadas. Esse é um projeto muito importante, que será ampliado na próxima edição. Conseguimos trazer mais de 40 compradores internacionais”, diz o diretor-geral da Koelnmesse, Cassiano Facchinetti.

Ao longo de sua programação, a ANUFOOD Brazil também recebeu a presença da **Ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento Tereza Cristina Corrêa da Costa Dias**, e **Gustavo Junqueira, Secretário de Estado da Agricultura e Abastecimento de São Paulo**, que já confirmaram seu apoio e compromisso para as próximas edições.

Roberto Rodrigues, coordenador do Centro de Estudos do Agronegócio da **Fundação Getúlio Vargas (GV Agro)** avalia que a feira “é extraordinariamente importante para o Brasil. Nosso país é conhecido no mundo inteiro, hoje, como um grande distribuidor de alimentos. Mas isso vai muito mais do que commodities agrícolas. É preciso agregar valor. E mostrar ao mundo que o Brasil tem uma rede de alimentos sólida, competitiva, eficiente e com produtos sustentáveis. Isso é essencial. E a



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

ANUFOOD é isso: uma vitrine da tecnologia industrial do Brasil que o mundo inteiro está conhecendo”.

Page

2/5

A ANUFOOD recebeu apoio de outras entidades relevantes para o setor. Percival Maricato, presidente da **Abrasel** (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes) também comemorou o resultado da feira. “Fomos surpreendidos com o alcance da feira, com a intensidade, com a visitação, com o comparecimento nas palestras que estamos fazendo. Fiquei maravilhado com nosso estande em que centenas de pessoas circularam. É um encontro que dinamiza o mercado, que traz informação, traz opções para os proprietários dos estabelecimentos de alimentação fora do lar, e não poderia ter sido melhor. O estande está lotado, as palestras que estamos fazendo não estão cabendo mais pessoas no auditório. Além disso, conseguimos trazer vários ônibus do interior, todos cheios com potenciais compradores, empresários do setor de bares e restaurantes”.

Para Luis Madi, diretor institucional do **ITAL** (Instituto de Tecnologia de Alimentos), que organizou o Seminário Alimentos 2030, “a ANUFOOD Brazil possibilitou um espaço importante para o debate de propostas positivas e viáveis para o setor de alimentos e bebidas. Também tivemos a presença da ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Tereza Cristina Corrêa da Costa Dias, e do secretário estadual de Agricultura, Gustavo Junqueira, que mostra o apoio dos governos Estadual e Nacional à iniciativa. Foi um sucesso e já vamos começar a organizar a ANUFOOD 2020.”

“A ANUFOOD Brazil foi excelente em mostrar todos os players da cadeia produtiva de alimentos. Proporcionou três dias de conteúdo relevante para profissionais da área e consumidores, e o espaço de estandes estava rico na diversidade de produtos, conteúdos e demonstrações práticas, além de expor uma variedade de empresas estrangeiras. Certamente, o evento gerou um ambiente bastante propício e estimulador para investimentos e realização de negócios”, afirma João Dornellas, presidente da **ABIA** (Associação Brasileira da Indústria de Alimentos).

Dez setores em uma única feira

As marcas expositoras nacionais e internacionais foram divididas em dez setores - Agrifoods; Meat; Chilled & Fresh Food; Dairy; Drinks & Hot Beverages; Fine Food; Bread & Bakery; Organic; Sweets & Snacks; e Food Service, além dos pavilhões temáticos da Argentina, Alemanha, Países Árabes, entre outros.

Marcelo Proença, diretor Global da **Marfrig** avalia que “é muito positivo que a Marfrig esteja participando da ANUFOOD Brazil, acho que é o casamento perfeito, já que a feira é de alimentos e bebidas e a Marfrig está passando por um momento excelente. O primeiro dia foi ótimo. A ANUFOOD é uma feira que tem tudo a ver com a companhia. Nossos clientes vieram nos prestigiar e a expectativa é que a ANUFOOD e a Marfrig dividam um calendário positivo também nas próximas edições”.

Para uma das maiores produtoras de alimentos do país, a **BRF**, a presença também era garantida. “Estamos acostumados a participar de feiras internacionais, inclusive da Anuga - conta Gerson Mantovani, diretor de FoodService da companhia - e

temos certeza do protagonismo que o Brasil tem no mercado das Américas, e do que essa feira pode se tornar no futuro. A ANUFOOD atingiu seus objetivos. Sabemos que é a primeira edição e tem seus desafios, mas estamos dentro, para construir uma feira cada vez maior e queremos com certeza estar nas próximas edições. Tivemos uma feira bastante movimentada, com muitas visitas dos mercados das Américas, Chile, Argentina, Uruguai, Paraguai”.

O balanço foi positivo também para a **M. Dias Branco**, de acordo com o diretor de Exportação César Reis. “A feira é uma maneira boa de encontrar novos clientes, mostrar nossa marca e, posteriormente, desenvolver um contato qualificado para negociação. Nós participamos da Anuga há muitos anos e já temos contato com o pessoal da Koelnmesse. É uma empresa de muito respeito e com ótima reputação, então quando trouxeram esse evento ao Brasil, já tínhamos a certeza da qualidade”.

“Viemos com muita expectativa para essa primeira edição, e muita gente interessada passou pelo nosso estande, principalmente pelos nossos produtos de panificação congelados - relata o gerente comercial da **Bimbo**, Pablo Garcistegui - já estamos entrando em contato com distribuidores para atendermos aos comércios menores que se interessaram, como restaurantes, hotéis, padarias e todo esse tipo de cliente. Vamos oferecer também aos supermercados, para comprarem em grande quantidade. O balanço da feira foi bem positivo, nós oferecemos degustação de nossos produtos e o mais elogiado foi o nosso pão. O mais importante é que percebemos um ambiente de negócios muito aberto”.

“Somos uma companhia alemã com quatro fábricas, produzindo um amplo leque de salsichas e alimentos afins. Começamos a explorar o mercado sul-americano no ano passado para entender se os produtos alemães eram interessantes para essa região - explica o CEO de Vendas da **Wolf**, Markus Dietl, empresa presente no pavilhão da Alemanha - por enquanto, a ANUFOOD tem sido o lugar ideal para checar se podemos conseguir clientes. O Brasil é ideal para nós pois o brasileiro gosta de carnes, gosta de linguiças, salsichas e isso é interessante. Nós já participamos da ANUGA a cada dois anos, e essa foi a melhor forma de vir para o Brasil, por meio da Koelnmesse. É por isso que viemos, e esperamos voltar em 2020!”.

Mario Panhotta, gerente comercial da expositora **Cooxupé** diz que “a feira é um canal interessante, apesar de ser a primeira edição, para nos apresentarmos ao mercado e termos acesso mais rápido a potenciais compradores. O público é bem focado, vem para conhecer e buscar negócios. Entre nossos destaques estão cafés gourmet e o café torrado e moído. Estamos mostrando nossa história de mais de 60 anos em cafés.

Apesar de pequeno, chamava atenção também o estande da **EcoNut**, produtora de castanha-do-pará orgânica. “O que tem de original no nosso trabalho é o fato de que nossa empresa domesticou essa espécie de castanha, e trabalhamos apenas com castanha plantada em nossa fazenda, no Amazonas - diz Sérgio Vergueiro, sócio da EcoNut - ela é conhecida no mundo inteiro, e tem uma característica: é a maior fonte de selênio em toda natureza. Seguimos o protocolo orgânico, demanda do moderno mercado de alimentos. A feira é uma iniciativa muito inteligente, e oportuna. O mercado de alimentos cada vez mais está exigente, e o Brasil precisa

acompanhar isso. Temos recebido gente que nunca esperávamos receber e que talvez nunca tivessem pensado em nosso produto”.

Page
4/5

Rodada de Negócios

Durante os três dias da ANUFOOD, a Rodada Internacional de Negócios promoveu encontros comerciais entre empresários do setor da indústria nacional de alimentos e bebidas com fornecedores de diversos países, entre eles Estados Unidos, Argentina, China, Qatar e Emirados Árabes. Segundo Patrício Cintra do Prado, diretor da Promoex, responsável pela organização das rodadas, das 1.500 reuniões pré-agendadas, mais de 70% foram concretizadas. “O retorno que tivemos dos participantes foi bastante positivo e superou as nossas expectativas”, conta Prado. A estimativa é que os negócios gerados fiquem entre U\$ 10 e U\$ 15 milhões.

Paulo Leone, importador de produtos brasileiros nos Estados Unidos, diz que percebeu um perfil de produtores diferentes na ANUFOOD. “Conversamos com várias empresas, em média 50. Encontramos aproximadamente 10 com potencial de produto, de preço e condições para exportação”, comemora Paulo Leone, CEO da MasterGate.

A 1ª edição da ANUFOOD Brazil teve o patrocínio do Banco Fator, apoio da Danone, e foi organizada em parceria com a **FGV Projetos**, unidade de assessoria técnica da Fundação Getúlio Vargas, dedicando o devido espaço a toda diversidade das atividades relacionadas ao agronegócio e à indústria alimentícia e de bebidas.

Depoimento dos expositores

Sooro - Gil Cláudio Santos Cibantos - gerente de marketing

A feira estava muito boa. Fizemos contatos de qualidade, e a diretoria está contente. Esperamos retornar no ano que vem. Muitos investidores estrangeiros vieram conhecer nossos produtos, pessoas interessadas em exportação.

Grupo Dallas - Dyrleene Ferrugem, diretora comercial

Quando fomos convidados pela equipe da Koelnmesse a participar da ANUFOOD Brazil, a ideia de trazer uma feira semelhante com as internacionais foi o que nos atraiu. A feira foi extremamente movimentada, as pessoas vieram realmente para fazer negócios, e não apenas para fazer uma visita social. Fizemos muitos contatos novos, muita gente de fora e a feira está extremamente organizada. As agendas da rodada de negócios foram super bem organizadas, com muita pontualidade. Todas as pessoas que marcaram estavam presentes. Quem veio realmente é do ramo, e veio para fechar negócio. É o que a gente mais espera em uma feira.

SL Alimentos - Roberta Meneghel - diretora financeira

Estamos buscando a participação no mercado internacional, então a ANUFOOD foi uma possibilidade de acessar o mercado latino-americano. Foi uma escolha estratégica já que conhecemos outros eventos, como a Anuga. Tivemos bastante visitantes do Uruguai, Peru, Equador, e também de outros países. A feira esteve bem movimentada para uma primeira edição, foi bem interessante, com um nível elevado de empresas participando e um matchmaking muito eficiente.

Stuttgart - Frank Norman Hirt - gerente de marketing

A empresa é especializada em produtos da Alemanha. Somos importadores e já estamos no mercado há 25 anos, e nosso foco na feira é demonstrar nossas novidades. Temos uma linha bem interessante de produtos naturais, e novidades na nossa linha de produtos tradicionais - cervejas, chocolates e biscoitos. A ideia foi recepcionar nossos clientes e conquistar novos. O primeiro dia foi bem intenso com contatos bem interessantes e qualificados, e realmente isso nos surpreendeu. Para uma primeira edição da feira era uma aposta, obviamente, e inclusive fomos uma das primeiras empresas a fechar contrato. Era uma dúvida que tínhamos, mas logo no primeiro dia foi bastante positivo. Sempre visitamos a Anuga, na Alemanha, é a principal feira que visitamos internacionalmente, conhecemos a qualidade do organizador, que é a Koelnmesse, e sem dúvida isso foi determinante para nos motivar a participar da ANUFOOD.

A 2ª ANUFOOD Brazil será realizada de 09 a 11 de março de 2020, no São Paulo Expo.

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/food/>

Informações para imprensa:

2PRÓ Comunicação - Koelnmesse

Email equipe: anufodbrazil@2pro.com.br

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

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

Renê Gardim - rene.gardim@2pro.com.br

Guilherme Kamio - guilherme.kamio@2pro.com.br

Fadia Calandrini - fadia.calandrini@2pro.com.br

+55 (11) 3030-9463/9422/9403/9402

www.2pro.com.br