

O sucesso da Anuga 2009 fortaleceu o mercado de alimentos

Colônia

Anuga, que ocorreu em Colônia, de 10 a 14 de outubro de 2009, é uma das maiores e mais importantes feiras de alimentos e bebidas do mundo. Sua 30ª edição representou um poderoso estimulante para a indústria de alimentos na Alemanha e nos demais países do mundo. Essa foi a conclusão a que chegaram os organizadores e expositores no fim dessa feira global.

“A Anuga, com certeza, ratificou o seu papel de liderança como um centro de comércio e uma plataforma de informação para a indústria internacional de alimentos”, declarou **Gerald Böse**, diretor executivo da Koelnmesse GmbH. “A alta qualidade da feira criou uma atmosfera muito favorável à realização de grandes negócios. Mesmo diante de uma difícil situação econômica geral, o conceito da feira voltado para os negócios, mais uma vez impressionou todas as pessoas



envolvidas”, complementou Böse.

Aproximadamente 153.500 visitantes profissionais provenientes de mais de 180 países compareceram à feira, sendo que 61% (cerca de 93.500) deles vieram do exterior. Esses dados foram levemente inferiores aos do evento anterior, mas praticamente pode-se considerá-los como estáveis.

O número de expositores – 6.522 fornecedores de 97 países – também manteve-se inalterado em relação ao alto nível registrado na última edição. Eles ocuparam uma área total de exposição de 287.000 metros quadrados, sendo que 84% deles vieram de fora da Alemanha. Cabe acrescentar que o setor alavancou a sua imagem enfocando os tópicos sobre responsabilidade social corporativa e sustentabilidade.

A Anuga 2009 foi aberta oficialmente pelo vice-presidente da União Européia, **Günter Verheugen**, na presença de muitos convidados ilustres das áreas política e de negócios. “A Anuga 2009 confirmou a importância do seu papel para o setor internacional

de alimentos. Trata-se de um fato impressionante devido a atual crise econômica”, disse **Jürgen Abraham**, presidente da Federação das Indústrias Alemãs de Alimentos e Bebidas (BVE).

A qualidade dos visitantes profissionais aumentou ainda mais – mesmo em comparação com o alto nível registrado na Anuga 2007. De acordo com uma pesquisa preliminar entre os visitantes, cerca de 70% deles se consideraram como “tomadores de decisão” em relação a compras diretas ou nos processos decisórios de aquisição para as respectivas companhias. Um percentual de 18% deles disseram desempenhar um papel de consultor nas decisões de com-

“A qualidade, cada vez mais alta, dos seus visitantes é um fator decisivo para o sucesso da feira”

(Gerald Böse)

pra de suas empresas. “A qualidade, cada vez mais alta, dos visitantes profissionais é um fator decisivo para o sucesso da feira”, explicou Böse, o diretor executivo da *Koelnmesse*.

O número de visitantes provenientes do Oriente Médio foi particularmente alto, tendo um aumento de mais de 30%. Os importadores da Ásia registraram um aumento da ordem de 10%. A África tam-

bém aumentou o seu número de visitantes em mais de 20%. Os visitantes dos Estados Unidos e Canadá tiveram um pequeno acréscimo.

Todas as dez feiras específicas da Anuga tiveram participantes da Alemanha e do exterior, que forneceram informações e condições de negó-

cios para compradores do setor de alimentos e serviços. A maior parte dos expositores ficaram, portanto, muito satisfeitos com a feira.

A Turquia, que foi o “país parceiro” desta edição da Anuga, apresentou toda a diversidade da sua expressiva capacidade de produção de alimentos.

A próxima Anuga ocorrerá de 8 a 12 de outubro de 2011.

Participação brasileira

O Brasil já se consolidou na posição de grande exportador de produtos básicos, sendo hoje o maior exportador mundial de café, carne bovina e de aves, sucos, açúcar e etanol de cana-de-açúcar, mas tem ainda um grande potencial para ampliar as exportações de produtos industrializados, com maior valor agregado e alto padrão de qualidade.

É nessa direção que caminham as 120 empresas trazidas à Anuga pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

Nos 2,2 mil metros quadrados de espaço ocupado pelo Brasil na feira em Colônia, na Alemanha, foram expostos produtos diversi-

ficados, tais como: cafés especiais, vinhos finos, frutas secas e sucos tropicais, temperos e especiarias, lácteos, cachaça, doces, chocolates, balas e biscoitos, castanhas, mel, erva-mate, além de cortes especiais de carne.

“Os visitantes da Anuga 2009 vieram em número expressivo e, graças à boa organização dos pavilhões, essa visitação ocorreu de uma forma objetiva e organizada. Com isso, as negociações obtiveram resultados excelentes”, declarou **Lauri Müller**, diretor da MDK Feiras Internacionais, empresa que representa oficialmente as feiras da *Koelnmesse* no Brasil.


O Brasil encerrou sua participação na Anuga 2009 com 7 mil contatos entre empresas brasileiras e estrangeiras e uma expectativa de negócios da ordem de US\$ 970 milhões, entre os contratos fechados na feira e os previstos para os próximos 12 meses.

Esse foi o resultado levantado junto às 120 empresas brasileiras trazidas



Maurício Borges

pela Apex-Brasil. “Ficamos surpresos com o nível de negociação alcançado, já que os empresários estavam cautelosos quanto às expectativas e apreensivos com os efeitos da crise internacional”, avaliou o diretor de Negócios da Apex-Brasil, **Maurício Borges**. Segundo ele, os compradores que visitaram a feira vieram realmente preparados para fechar negócios.

“Quem veio à Anuga este ano estava ansioso para fazer negócios e para encontrar propostas mais objetivas e diretas. E as empresas brasileiras trouxeram produtos inovadores e de alta qualidade. O resultado foi excelente”, concluiu Borges. 



Lauri Müller

Colônia