

Nr. 7 / Köln, August 2014

Schlussbericht – International FoodTec Brasil

Erfolgreiche Premiere: International FoodTec Brasil setzt in der Region starke Impulse



International FoodTec

Brasil

5.-7. August 2014

Mit einem ausgezeichneten Ergebnis schloss am Donnerstag, 7. August 2014, die Premiere der International FoodTec Brasil, Internationale Zuliefermesse für die Lebensmittelindustrie, in Curitiba, Brasilien, ihre Tore. 81 Anbieter aus neun Ländern präsentierten auf 6.595 Bruttoquadratmeter des Messegeländes Expo Unimed eine für die Region einzigartige Informations- und Businessplattform für die Herstellung, Verarbeitung und Verpackung von Lebensmitteln mit den Schwerpunkten Fleisch, Geflügel, Fisch und Käse. Das Event, das gemeinsam von der Koelnmesse GmbH und Hannover Fairs Sulamérica (HFSA) organisiert wurde, erzeugte bereits mit dem ersten Aufschlag ein großes Interesse bei Fachleuten und hochrangigen Vertretern aus Politik und Wirtschaft in Paraná. Mit 3.000 regionalen und internationalen Besuchern sorgte die Messe für starke Geschäftsimpulse. „Die International FoodTec Brasil ist ganz auf die wachsende Nachfrage in Brasilien sowohl nach Produkten als auch nach Technologie für die Lebensmittelverarbeitung ausgerichtet“, so Gerald Böse, Hauptgeschäftsführer der Koelnmesse GmbH. „Die Entwicklung in enger Abstimmung mit der Industrie hat ein Konzept hervorgebracht, das voll und ganz auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnitten ist. Der Erfolg des Events unterstreicht dies nachdrücklich. Auf diese positive Resonanz können wir aufbauen und die Messe zusammen mit unseren brasilianischen Partnern strategisch weiterentwickeln.“

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Sarah Kraft

Telefon

+ 49 221 821-3881

Telefax

+ 49 221 821-3544

E-Mail

s.kraft@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Postfach 21 07 60

50532 Köln

Deutschland

Telefon +49 221 821-0

Telefax +49 221 821-2574

info@koelnmesse.de

www.koelnmesse.de

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Katharina C. Hamma

Herbert Mamer

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

Oberbürgermeister

Jürgen Roters

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Zu einer gleichen Einschätzung kommt Valerio Regente, Direktor der Hannover Fairs Sulamérica: „Die International FoodTec Brasil hat gleich bei der Premiere ihren Anspruch als führende Business-Plattform der Branche in Südbrasilien eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Themen wie Automatisierung, Verpackung, Hygiene und Lebensmittelsicherheit zeigen, dass die Sicherheit und Qualität

von Lebensmitteln sowie deren nachhaltige Produktion die Technologien in Brasilien stark beschäftigen.“

Die Messe umfasste das gesamte Spektrum der Lebensmitteltechnologie. Den Besuchern wurden innovative Technologien und neueste Lösungen für den Verarbeitungsprozess in allen Stufen der Produktion von Fleisch- und Käseerzeugnissen präsentiert. Unter den Anbietern waren Top-Unternehmen wie Bettcher, Cabinplant, Ishida, Linco Food, Marel, Middleby, Multivac, Ulma und Vemag vertreten.

Die Chance, in den zukunftssträchtigen Lebensmitteltechnologiemarkt Brasilien über die Veranstaltung International FoodTec Brasil einzutreten, haben zur Premiere auch deutsche Unternehmen wahrgenommen. Firmen wie Cab Produkttechnik, CSB-System, EFA Schmid & Wezel, Retsch und Seydelmann repräsentierten Prozesstechnologien „Made in Germany“. Interesse bei den Besuchern verzeichnete auch der Dänische Pavillon. Hier stellten u.a. Animalcare, Dybvad Stal Industri, DACS, Engsko, In-Mix Flow Technology, Hans Jensen Engineering und Vikan ihre Neuheiten vor. Insgesamt war der Anteil an ausländischen Anbietern mit über 40% außergewöhnlich für eine Messe in Brasilien und bot Einkäufern aus der gesamten Region eine hervorragende Orderplattform.

Besucherservices zahlen sich aus

Sowohl Aussteller als auch Fachbesucher der International FoodTec Brasil profitierten von der Fachkompetenz der Koelnmesse als internationale Messeveranstalter. Die Qualität der Fachbesucher wurde durch ein Besucherwerbekonzept sichergestellt, die Kommunikation zwischen Aussteller und Besuchern durch Business Rounds nachhaltig unterstützt. Durch den internetgestützten Service „Matchmaking“ konnten Fachbesucher zusätzlich ihren Messeaufenthalt vorab dezidiert zusammenstellen und zugleich Termin- und Angebotsanfragen sowie Produktabfragen im Dialog mit den Ausstellern formulieren. Die Services wurden sehr gut angenommen und sorgten für spannende neue Geschäftskontakte.

Fachspezifisches Rahmenprogramm

Das fachlich anspruchsvolle Seminarprogramm, in Kooperation mit dem Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL – Institut für Lebensmitteltechnologie) und dem Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI – Nationaler Dienst für die industrielle Ausbildung) rundete das Spektrum der International FoodTec Brasil ab und bot damit sowohl Besuchern als auch Aussteller einen weiteren Informationsmehrwert und zahlreiche Synergien. Im Fokus standen Themen rund um die Einflüsse und Trends des Fleisch- und Verpackungsmarktes mit einem Ausblick bis auf 2020.

Luis Madi, Direktor von ITAL, kommentiert: „Brasilien spielt als Produzent und Exporteur für Fleisch-, Geflügel und Molkereiprodukte eine wichtige Rolle und mischt auf den internationalen Märkten ganz oben mit. Die International FoodTec Brasil bietet dem Markt die richtige Plattform, von der wir nur profitieren können.“

Stimmen zur Messe

Der hervorragende Eindruck auf Seiten des Veranstalters und die positiven Zahlen spiegeln auch die ausgezeichnete Stimmung unter den Anbietern wieder, die mit dem Messeverlauf sehr zufrieden sind. Viele Unternehmen konnten von neuen, qualitativ hochwertigen Geschäftskontakten und direkten Vertragsabschlüssen durch Neukunden berichten:

ULMA, Hersteller von Verpackungsmaschinen- sowie Be- und Entladeroboter und Aussteller auf der Premiere der International FoodTec Brasil, zeigt sich sehr optimistisch. „Das Besucherniveau entspricht dem bereits etablierter Messen“, so José Segovia, Leiter des spanischen multinationalen Unternehmens. Seiner Meinung nach braucht der Markt eine Veranstaltung wie diese, bei der die Kunden sie bequem besuchen können. „Während der Messe bauen wir neue Partnerschaften auf und treffen zudem unsere Kunden, um bereits bestehende Projekte weiterzuverfolgen und neue Technologien zu prüfen. Wir unterstützen diese Veranstaltung und deren Organisatoren, damit sie die größte der Branche wird“, fügt er hinzu.

Am Stand von **Bettcher do Brasil** freut sich der leitende Geschäftsführer Edson Bittencourt über die guten Ergebnisse, die das Unternehmen aufgrund

der Besucherqualität auf der Messe erzielen konnte. „Da die International FoodTec zum ersten Mal stattfindet, haben wir nicht damit gerechnet, dass es gleich von Anfang an eine solche Qualität der Besucher geben würde, wurden jedoch überrascht“, so Bittencourt. Er berichtet, dass der Stand von Bettcher seit dem ersten Tag eine sehr gute Besucherqualität und -quantität vermerken konnte. „Ich kann sagen, dass sich diese Messe auf einer Höhe mit bereits auf dem Markt anerkannten Messen befindet.“ Seiner Meinung nach ist das Potenzial der ausstellenden Ankerunternehmen einer der Faktoren für die hohen Besucherzahlen. „Das Ergebnis, das wir erzielen, ist größer als wir uns erhofft haben. Unsere Kunden freuen sich, zu dieser Veranstaltung zu gehen“, stellt er fest. Bittencourt spricht auch über die Trends auf dem Markt, auf dem er agiert. „Wir haben bemerkt, dass die Unternehmen in den letzten Jahren versucht haben, den Entbeinungs- und Verarbeitungsprozess von Fleisch zu optimieren und so die Produktivität zu steigern sowie Produkte mit hoher Wertschöpfung zu erzeugen“, berichtet er.

Der weltweite Marktführer bei der Verarbeitung von Rindfleisch, Schafffleisch und Geflügel mit starker Beteiligung bei der Erzeugung von Schweinefleisch **JBS** nahm an den Business Rounds der International FoodTec Brasil teil. „In den vorab vereinbarten Meetings suchen wir neben Partnerunternehmen, die mit JBS wachsen wollen, neueste Ausrüstung, damit wir erstklassige Produkte anbieten können, insbesondere industriell hergestellte Produkte“, meint Alessandro José Baldissera, Verantwortlicher für den Versorgungsbereich Mercosur. „Bei den Business Rounds haben wir die Chance, neue Möglichkeiten zu erkunden, was im Tagesgeschäft nicht möglich ist“, sagt er. In Brasilien unterhält JBS zwölf Vertriebszentren für die Verarbeitung von Rindfleisch. Außer dem neuen Gebäude in São Paulo gehören Vertriebszentren an strategischen Standorten in Porto Alegre, Itajaí, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, Brasília sowie zwei Niederlassungen in Curitiba zum Unternehmen.

Cristián Ciancio, Geschäftsführender Gesellschafter von **Baci**, einem argentinischem Unternehmen, das Marken wie Tecmaes in Argentinien, Chile und Uruguay vertritt: „Ich besuche regelmäßig zahlreiche Messen der Branche und die Wahl von Curitiba als Messestandort für die International FoodTec Brasil war genau richtig. Die Region hat eine hervorragende Lage und

Infrastruktur und ein für die Geschäftsentwicklung geeignetes Ausstellungsgelände. Anhand der Qualität der hier ausstellenden Marken lässt sich, obwohl dies erst die Premiere ist, bereits das Potential der Messe erkennen.“

Die International FoodTec Brasil in Zahlen:

An der International FoodTec Brasil 2014 beteiligten sich auf einer Bruttoausstellungsfläche von 6.595 m² 81 Unternehmen aus neun Ländern. Darunter befanden sich 44 Aussteller und 4 zusätzlich vertretene Firmen aus Brasilien sowie 33 Anbieter aus dem Ausland (davon 23 Anbieter aus dem europäischen Ausland). Schätzungen für den letzten Messetag einbezogen, kamen zur International FoodTec Brasil rd. 3.000 Fachbesucher.

**Die nächste International FoodTec Brasil findet vom
2. bis 4. August 2016 in Curitiba, Brasilien statt.**

www.foodtecbrasil.com

www.worldcapitaloffood.com

Kommende Messen im Ernährungsbereich:

**Die nächste International FoodTec India findet vom
14. bis 16. November 2014 in Mumbai, Indien, statt.**

www.foodtecindia.com

**Die nächste Anuga FoodTec findet vom
24. bis 27. März 2015 in Köln statt.**

www.anugafoodtec.com

Über die Koelnmesse

Die Koelnmesse führt seit 90 Jahren Menschen und Märkte zusammen. 1924 startete die Erfolgsgeschichte der Kölner Messen mit der Eröffnung der ersten Veranstaltung auf dem Köln-Deutzer Gelände. Im Wirtschaftswunder der Nachkriegszeit stieg die „Rheinische Messe“ zum Welthandelsplatz auf. Heute verfügt die Koelnmesse über das fünftgrößte Messegelände der Welt und organisiert rund 75 Messen in Köln und weltweit. Im Jubiläumsjahr 2014 trägt die Koelnmesse ihre Geschichte mit zahlreichen Aktionen, mit Publikationen und Ausstellungen in die Öffentlichkeit.

Über die Hannover Fairs Sulamérica

Hannover Fairs Sulamérica (HFSA), eine internationale Tochtergesellschaft der Deutschen Messe, plant und führt internationale Fachmessen in Brasilien durch. Die HFSA arbeitet mit einer Vielzahl von nationalen und internationalen Partnern wie Verbänden, Regierungsbehörden und Großausstellern zusammen, die B2B-Messen als Einstieg in den brasilianischen Markt nutzen wollen. Seit ihrer Entstehung hat die HFSA neue Konzepte entworfen, maßgeschneiderte Veranstaltungen umgesetzt und Fachmessen im Auftrag von Drittanbietern organisiert. Die HFSA wird der in Brasilien agierende Partner für die Koelnmesse sein.

Weitere Stimmen zur Messe

Aussteller:

Der dänische Anbieter von Verarbeitungslösungen für die Nahrungsmittelindustrie **Cabinplant** präsentierte ebenfalls seine Produkte auf der Veranstaltung. Johnnie Erichsen, stellvertretender Vertriebsleiter des Unternehmens, zeigt sich mit dem Besuch hochzufrieden. „Unsere größten Kunden sind hier anwesend.“ Laut der Führungskraft braucht der Markt immer mehr Automatisierungsanlagen. „Ich glaube, dass es eine Tendenz gibt, dass Unternehmen immer mehr nach Systemen suchen, die den Gebrauch von Rohstoffen optimieren und den Gewinn steigern“, so Erichsen.

Seit mehr als 20 Jahren entwickelt **Vemag** in Brasilien Maschinen und Anlagen für die Branchen Fleischverarbeitung und Backwarenherstellung und nimmt auf der Suche nach neuen Kontakten an der Messe, deren Besucherniveau Vemag lobt, teil. „Bei dieser Veranstaltung verlieren wir keine Zeit mit Schaulustigen sondern sprechen direkt mit den Entscheidungsträgern“, so Eduardo Lourenço, regionaler Vertriebsleiter. Er merkt an, dass der Markt wächst und die Kunden bei der Qualität der Technologie immer anspruchsvoller werden. „Das Highlight an unserem Stand ist ein Produkt, das dieser Tendenz entspricht - eine Fertigungsstraße für Wurst, Fleisch und Geflügel“, erzählt er.

Für Jarvis, Hersteller von Zerlege- und Entbeinungsanlagen für die Fleischverarbeitungsbranche mit mehr als hundert Jahren Tradition, muss sich die Messe in der Region etablieren. „Wir erwarten, dass sich die International FoodTec Brasil in Lateinamerika zu einer Leitmesse für die Branche entwickelt“, so André Trama, Betriebsleiter von Jarvis. „Bereits am ersten Messetag haben wir drei große Kunden gewonnen, was für uns ein hervorragendes Zeichen ist“, berichtet Trama. „Uns interessieren nicht die Besucherzahlen, sondern die Qualität und das Gespräch mit Leuten, die Geschäftspotenzial bergen.“

Einkäufer der Business Rounds:

Im Interesse der Genossenschaft Copacol - Cooperativa Agroindustrial Consolata, Teilnehmer der Business Rounds, lagen neue Technologien zur Verarbeitung von Geflügel und Fisch, Verpackungsmaschinen, Lösungen zur Trink- und Abwasseraufbereitung und Automatisierungslösungen. Bereits am ersten Meetingtag ergaben sich laut Vertriebsleiter Itamar Ferrari über die Business Rounds zahlreiche Geschäftsmöglichkeiten. „Wir konnten Kontakte zu neuen Lieferanten aus verschiedenen Bereichen knüpfen, uns über neue Anlagen und Technologien informieren und Projekte besprechen“, so die Führungskraft. Ferrari fügt hinzu: „Die Kontakte, die wir auf der Messe mit den Lieferanten aufbauen, werden zukünftige Verhandlungen mit Sicherheit erleichtern.“

Besucher:

Edival Justen, Vertriebsleiter des Fleischverarbeitungsbetriebs **Pamplona**: „Wir sind zur International FoodTec Brasil gekommen, um unsere Lieferanten zu besuchen. Uns ist besonders aufgefallen, dass die Messe so gut auf die Lebensmittelindustrie zugeschnitten ist. Außerdem besteht das Publikum hier wirklich aus Entscheidungsträgern.“