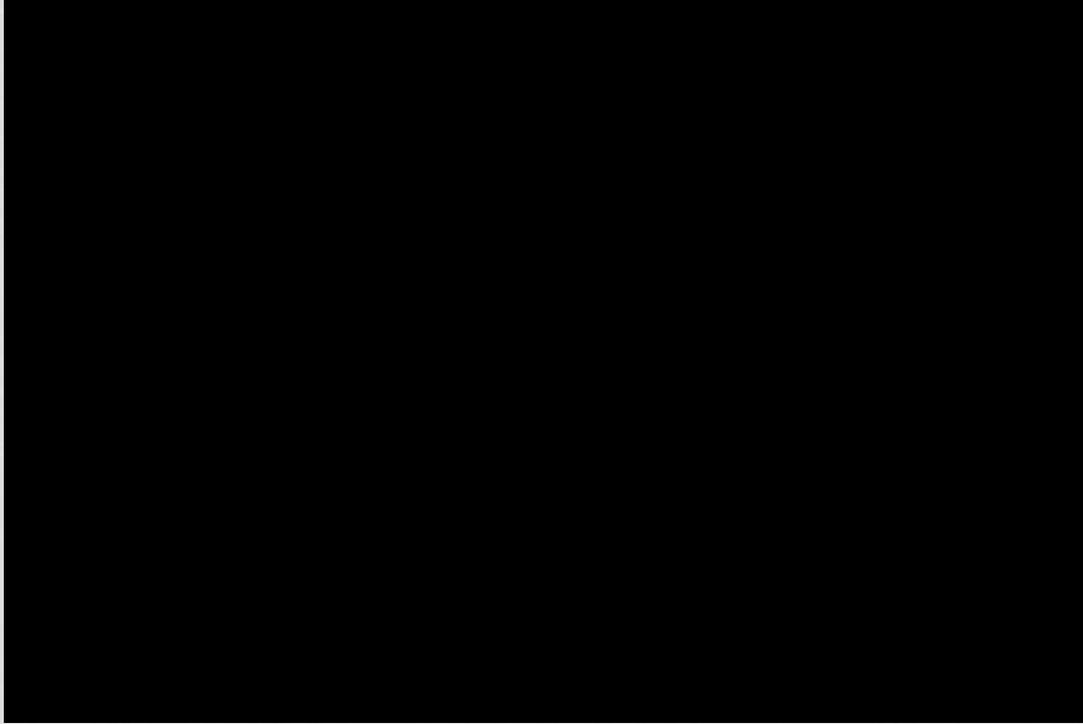


INFORME DE VISITA A LA FERIA DE ALIMENTOS ANUGA

Octubre 9 al 13, 2021






**TASTE THE
FUTURE**



9-10-2021 - 13-10-2021



Datos importantes.

Esta feria bienal que se realiza desde 1919, la versión de este, será la #36. Y es una de las ferias de alimentos más importantes del mundo, generalmente rankeada como la #1.

Ninguna otra feria de alimentos y bebidas en el mundo atrae tantos participantes del exterior. Expositores y visitantes de todos los países del mundo se encuentran en Anuga para concretar negocios internacionales y hacer contactos . 6.607 expositores de 95 países (83% del extranjero) presentaron sus productos y servicios en un espacio de exposición de 304.000 metros cuadrados. 158.817 visitantes de 156 países participaron en Anuga , 52% del exterior.

Innovación: Anuga presenta las últimas tendencias del sector. Todos los productos y conceptos relevantes están presentes y son discutidos en la feria, que es el lugar ideal para mostrar sus últimos desarrollos.

Anuga está abierta sólo a profesionales del sector, y el poder de decisión de sus visitantes es el más alto que se pueda esperar en una feria. El concepto de feria de negocios y el programa que lo sostiene están diseñados en línea con los productos y las necesidades del sector de alimentos y bebidas, y coinciden con las de su empresa. Ninguna otra feria ofrece semejantes beneficios.



- 10 ferias especializadas bajo un mismo techo: Anuga Fine Food - Anuga Gourmet - Anuga Chilled Food - Anuga Meat - Anuga Frozen Food -Anuga Dairy - Anuga Bread & Bakery - Anuga Drinks - Anuga CateringTec - Anuga Retail Tec
- El concepto detrás de Anuga es único. Ninguna otra feria presenta juntas 10 ferias especializadas bajo un mismo techo.
- Cada feria otorga al segmento relevante un perfil claro e independiente y el marco ideal para presentar el producto, y es parte de la fuerte identidad de Anuga.
- Sólo Anuga, con sus dinámicas diez ferias bajo un mismo techo, ofrece tanta sinergia. Las ferias temáticamente relacionadas están localizadas juntas, creando una estructura clara y rápido acceso.



¿Por qué ir a esta feria?

- En la **estrategia de Fenavi para convertir el sector en un producto de exportación**, empezar a asistir a este tipo de ferias para exponerlo ante los posibles compradores es fundamental. En esta primera visita, lo primero es explorarla y entender su dinámica para luego poder participar, como los principales competidores mundiales de Pollo lo hacen actualmente.



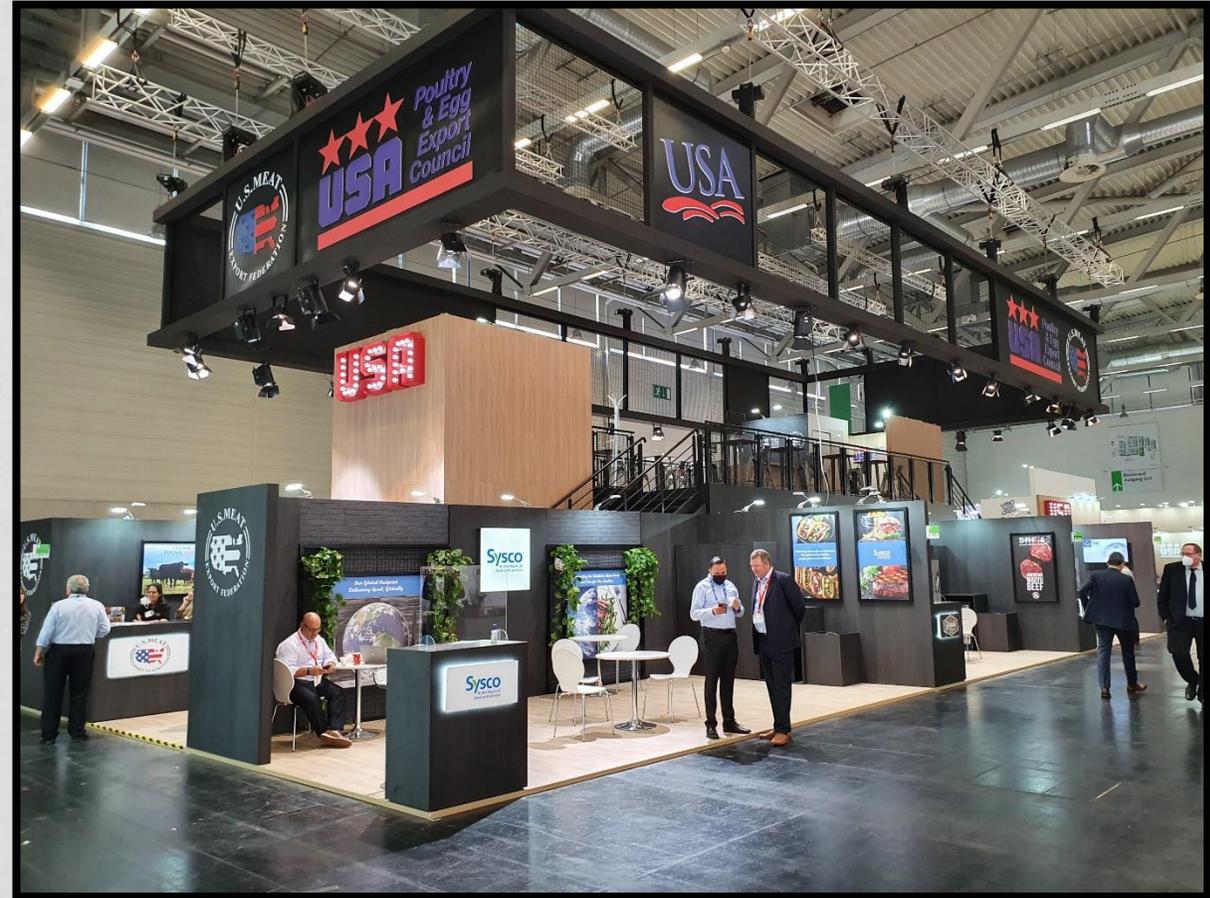


RESULTADOS DE LA VISITA

PRINCIPALES HALLAZGOS



- La estrategia de los principales países exportadores de pollo en el mundo en su participación con stand en la feria Anuga, es consistente, en tener un solo espacio de los diferentes tipos de carnes con sus diferentes marcas.
- Esto hace más eficiente su participación. Y se respeta el espacio que cada marca tiene para cerrar sus negocios dentro del mismo Stand.



PRINCIPALES HALLAZGOS



USA



PRINCIPALES HALLAZGOS

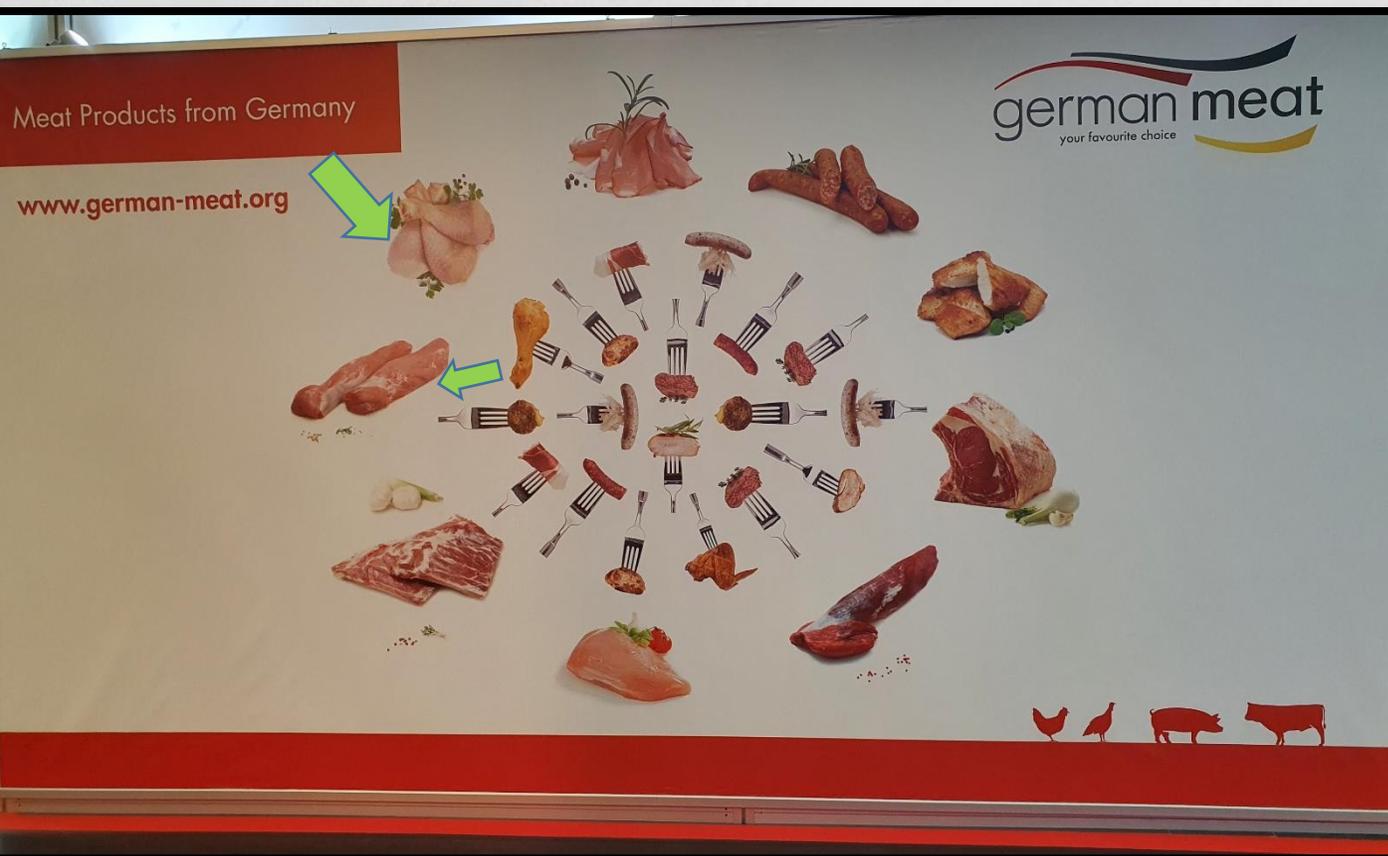
BRASIL



PRINCIPALES HALLAZGOS



ALEMANIA



POLONIA



ALIANZA PÚBLICO-PRIVADA



- Importante la alianza Público-Privada para abordar este tipo de ferias. Se evidencia como en todos los países participantes el apoyo de sus entidades de comercio exterior, tales como el MinComex o ProColombia, juega un papel importante.



ALIANZA PÚBLICO-PRIVADA



IRLANDA



URUGUAY



ALIANZA PÚBLICO-PRIVADA



ESPAÑA



COSTA RICA



SELLOS DE VALOR AGREGADO



- Se encontró también que es importante para darle respaldo a la estrategia de exportaciones, tener sellos que respalden la producción desde la sostenibilidad y bienestar entre otros. Por lo que el trabajo que se viene realizando desde Fenavi para lograr este sello se convierte en un punto relevante de cara a la exportación.



CLAIMS

- Entre los claims más importantes siempre resalta la calidad, así como también están los que hablan de orgánicos, libre de antibióticos, libre de jaula y de lento crecimiento.



OPORTUNIDAD: PRODUCCIÓN HALAL



- La producción Halal cada vez cobra más relevancia por el alto incremento en la demanda de estos productos. No solo en el Medio Oriente en sí, sino también en el resto de países donde hay altas concentraciones de dicha comunidad.





SIGUIENTES PASOS

PLAN DE ACCIÓN



- Contando con el avance de la **estrategia de internacionalización** de la carne de Pollo, para el 2023 en una posible participación de la feria Anuga, se debe ir en alianza con Procolombia para hacer más eficiente en los gastos.
- Adicional a lo anterior, se debe tener en un **mismo stand a todas las marcas productoras** que ya se estén hayan proyectado para la exportación
- Las empresas que quieran exportar, tendrán que explorar sin falta la **producción Halal**.
- El trabajo que viene haciendo Fenavi para tener el reconocimiento del **Sello de Sostenibilidad Avícola**, se debe **priorizar** para tener un respaldo a futuro de cara a las exportaciones, dado que esto es importante para varios de los grandes mercados.
- Una **posible alianza** para ser más eficientes en el uso de los recursos es montar un Stand en conjunto con Bovino y Porcino, si es que los mercados de interés llegan a ser comunes **entre las 3 proteínas**.

