

N° 26 / Colonia, 14 Ottobre 2009

Comunicato stampa finale

## Il successo di Anuga 2009 consolida il mercato

Gli operatori del mercato alimentare intravedono i primi segni di ripresa del mercato mondiale

- Buon risultato ad alto livello: circa 153.500 visitatori da più di 180 Paesi
- Abbondanza di ordini grazie alla presenza dei massimi responsabili decisionali nazionali e internazionali
- Corporate Social Responsibility e sostenibilità, due tematiche che conferiscono al settore un profilo convincente
- Eventi collaterali con l'accento posto sui temi del futuro
- La Turchia in veste di Paese Partner si è presentata agli operatori internazionali con tutte le sue sfaccettature

La 30<sup>a</sup> edizione di Anuga ha fornito stimoli decisamente positivi al mercato alimentare nazionale e internazionale. Questa è la conclusione che gli organizzatori e gli espositori hanno tratto al termine della manifestazione. "Anuga ha sottolineato chiaramente l'eccezionale ruolo che svolge per gli operatori del mercato alimentare internazionale come piattaforma centrale di scambio commerciale e di informazione. Lo straordinario livello qualitativo della fiera ha prodotto una buona atmosfera e buoni affari", conferma Gerald Böse, Presidente dell'amministrazione della Koelnmesse GmbH. "Proprio nell'attuale difficile contesto economico è stata convincente l'impostazione espositiva di Anuga orientata al mercato". Con circa 153.500 visitatori, venuti da oltre 180 Paesi e di cui il 61 per cento (circa 93.500) dall'estero, l'affluenza è stata leggermente inferiore rispetto all'edizione precedente, tuttavia nel complesso si è attestata su un livello stabile. Il numero di espositori con 6.522 aziende, provenienti da 97 nazioni, si è ugualmente



Anuga  
10.10. – 14.10.2009

[www.anuga.com](http://www.anuga.com)

Contact:  
Christine Hackmann  
Tel.  
+ 49 221 821-2288  
Fax  
+ 49 221 821-3285  
E- mail  
c.hackmann@  
koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
P.O. Box 21 07 60  
50532 Köln  
Germany  
Tel. +49 221 821-0  
Fax +49 221 821-2574  
[info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Executive Board:  
Gerald Böse (Chief Executive Officer)  
Oliver P. Kuhrt  
Herbert Marnier  
Dr. Gerd Weber

Chairman of the Supervisory Board:  
Mayor of the City of Cologne  
Fritz Schramma

Place of business and (legal) domicile:  
Cologne - Amtsgericht Köln, HRB 952

attestato sull'alto livello di sempre. Inoltre il settore si è profilato in modo convincente con i temi della Corporate Social Responsibility (CSR) e della sostenibilità. Oltre a ciò, nel programma degli eventi collaterali l'accento è stato posto in particolare sui temi proiettati nel futuro. Anuga 2009 è stata inaugurata dal Vicepresidente Ue Günter Verheugen, alla presenza di una folta rappresentanza di importanti personalità politiche ed economiche. Perfettamente riuscita la presentazione del Paese partner di quest'anno, la Turchia, che ha illustrato con successo la sua capacità produttiva dalle mille sfaccettature.

"La crisi ad Anuga non si sentiva proprio", ha chiosato Dierk Frauen, Presidente dell'Associazione nazionale del commercio alimentare tedesco BVL (*Bundesverband des deutschen Lebensmittelhandels*). "La fiera ha dimostrato che il settore alimentare è stabile perfino in tempi critici. Perché qualunque sia la situazione, mangiare si mangia sempre. Particolarmente gradita è stata la forte presenza politica". Sono state accolte favorevolmente anche le attività della BVL, ha commentato Frauen. "L'interesse verteva non solo sui nuovi prodotti, ma anche sulle iniziative settoriali. Su questa linea, insieme al Ministro federale Ilse Aigner, abbiamo lanciato un progetto globale per la tutela del patrimonio ittico mondiale".

"Proprio nell'attuale crisi economica Anuga 2009 ha confermato in modo straordinario il ruolo leader che svolge in campo alimentare internazionale", di questa opinione è Jürgen Abraham, Presidente dell'Associazione nazionale dell'industria alimentare tedesca BVE (*Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie*). "Specialmente in tempi economicamente difficili emerge chiaramente l'importante funzione svolta dall'industria delle bevande e degli alimenti, il cui business sia nazionale che internazionale è stabile ed offre, in linea di massima, posti di lavoro sicuri. Ma nonostante questa situazione fondamentalmente favorevole, in Germania l'industria alimentare deve fare i conti con una concorrenza distruttiva, volta a spodestare i competitori. La qualità tedesca nel business internazionale è ben vista, ma a livello nazionale quel che conta è il prezzo più basso. Noi puntiamo ad un mercato tedesco caratterizzato da una competitività basata sulla bontà dei prodotti e non sul ribasso dei prezzi. La BVE ha pertanto rivolto ai rappresentanti politici l'invito a lanciare insieme agli operatori economici una "Offensiva a favore della qualità alimentare".

“Sul mercato internazionale i generi alimentari di qualità ‘made in Germany’ sono sempre molto richiesti”, ha aggiunto Abraham. “Ad Anuga la Germania è stata veramente ben rappresentata dallo stand collettivo tedesco. Erano coinvolti il Ministero federale per l’alimentazione, l’agricoltura e la tutela dei consumatori (BMELV), la BVE con cinque Länder e più di 60 espositori”.

Anche il giudizio di Ingrid Hartges, Direttrice generale dell’Associazione degli albergatori e ristoratori tedeschi DEHOGA (*Deutscher Hotel- und Gaststättenverbandes e.V., Berlino*), è stato positivo: “Anuga 2009 si è riconfermata ancora come il barometro dei trend nel settore internazionale del food & beverage. Gli albergatori e i ristoratori sono affluiti numerosissimi al salone leader dell’industria alimentare, nonostante la sfida posta dall’attuale situazione economica. Con 800 visitatori al giorno, la DEHOGA Marktplatz Gastronomie è stato il meeting point centrale degli operatori gastronomici e dei partner e degli amici del nostro settore. I discorsi politici erano imperniati sulla richiesta della DEHOGA di abbassare nel settore alberghiero e nella ristorazione il tasso dell’imposta sul valore aggiunto. Molto successo ha riscosso anche il Forum della gastronomia industriale, che ha ospitato l’8ª edizione del concorso nazionale per gli apprendisti di questo settore. Le reazioni registrate al Forum e i numerosi colloqui tenuti allo stand fanno sperare nell’anno ancora in corso in uno sviluppo stabile del mercato e, pertanto, guardiamo al 2010 con moderato ottimismo”.

#### Visitatori altamente qualificati

Il livello di qualificazione dei visitatori è stato addirittura superiore a quello riscontrato nella riuscitissima edizione 2007 di Anuga. Dai dati provvisori emersi dal sondaggio effettuato tra i visitatori, il 70 per cento degli interpellati ha comunicato di essere responsabile o corresponsabile in tema di acquisti e forniture aziendali. E un buon 18 per cento ha dichiarato di avere funzioni di consulenza in fatto di acquisti.

“L’ulteriore innalzamento del livello di qualificazione dei visitatori è un criterio decisivo per valutare il successo del salone”, ha spiegato il Presidente della Fiera, Böse. “Le misure che abbiamo preso per attirare operatori ancora più qualificati hanno dato i loro frutti. Far confluire l’offerta e la domanda in modo mirato è molto importante per consentire alle aziende di presentarsi ad Anuga puntando a risultati specifici. È stato possibile realizzare al massimo grado tale

confluenza grazie al concetto espositivo di Anuga delle "10 fiere riunite sotto lo stesso tetto".

Page  
4/6

Gli operatori dai Paesi del Vicino Oriente sono affluiti particolarmente numerosi, con un incremento di oltre il 30 per cento. I buyer dall'Asia sono aumentati circa del dieci per cento. Sono aumentati anche i visitatori di Anuga venuti a Colonia dall'Africa – con una crescita superiore al 20 per cento. È lievemente aumentata l'affluenza dal Canada e dagli USA.

Alle dieci fiere alimentari di Anuga, nessuna esclusa, hanno aderito indistintamente i protagonisti del mercato nazionale e internazionale, che hanno offerto ai buyer della distribuzione e dei servizi di ristorazione una situazione ottimale sia per informarsi che per concludere ordini. Gli espositori per la maggior parte si sono quindi espressi molto positivamente sull'andamento della fiera. "Gli ordini sono stati abbondanti", si sentiva dire da più parti.

Oltre alle nazioni tradizionalmente attive nelle esportazioni hanno partecipato Paesi più piccoli, come il Bahrein, il Burundi o il Suriname, anche con una o due sole aziende, venute a Colonia per sfruttare la chance offerta da Anuga di acquisire partner commerciali. Molto positivo è stato ad esempio il bilancio della Dubai Export Development Corporation (EDC), che per la prima volta ha organizzato uno stand collettivo ad Anuga. Un produttore di spezie conferma il buon andamento della fiera, che ha permesso di stringere nuovi contatti e curare i rapporti con buyer importanti. "Qui incontriamo addirittura alcuni nostri clienti provenienti dall'Arabia Saudita, ma anche da molte altre parti del mondo", conferma Martin van Almsick, General Manager della Al Nassma Chocolate LLC, un'azienda produttrice di cioccolato al latte di cammello.

#### La Turchia, il Paese partner

La Turchia si è presentata con successo come forte nazione agro-alimentare. Lo ha sottolineato tra gli altri il Ministro turco dell'agricoltura Mehmet Mehdi Eker, venuto appositamente a Colonia per presenziare all'inaugurazione di Anuga. Lo stand centrale turco ha offerto, oltre ad informazioni qualificate per addetti ai lavori, piatti della cucina turca e raffinato folklore locale. Le iniziative del Paese partner sono state coordinate dalla Chamber of Commerce.

Hanno partecipato all'Anuga Executive Summit personalità prestigiose, più precisamente Alain Caparros, CEO della REWE Group, Germania, e Matthias Berninger, Global Head of Public Policy, Mars Inc., USA. Il meeting di altissimo livello trattava della "Corporate Social Responsibility", un tema che è stato dibattuto la sera nel corso di una cena preparata da Joachim Wissler, cuoco da 3 stelle, e da Serkan Boskurt, uno famoso cuoco turco.

Sull'argomento della Corporate Responsibility nell'industria alimentare un importante contributo è stato dato anche dal nuovo studio della BVE "Consumers' Choice", nato da una collaborazione con GfK Panel Services e Roland Berger. A completamento del tema sono state tenute le conferenze della BVL e dei suoi partner sulla "Pesca sostenibile".

I nuovi prodotti da sempre sono nel focus di Anuga. Per orientarsi e farsi un'idea complessiva è stata organizzata la mostra *taste09*. Come temi di tendenza sono emersi i piatti convenience, i prodotti WellFood e i prodotti "Free-Form".

Su questa scia tra gli eventi collaterali sono stati accolti molto favorevolmente i forum e le conferenze imperniati sui temi proiettati nel futuro. Tra questi sono da annoverare il Forum WellFood, l'Adult Nutrition e il Trend Forum Drinks, nel corso dei quali è stato presentato tra l'altro lo studio del Future Institute "Trends shaping Drinks".

"Halal Food": un tema messo in evidenza ad Anuga 2009. Grande è stato l'interesse suscitato dal primo Congresso Halal tenuto ad Anuga, a cui hanno partecipato esperti venuti da molti Paesi. Sono stati stabiliti buoni contatti e molte domande poste dagli operatori dell'industria alimentare hanno trovato risposte fornite da interlocutori competenti.

Lo stand collettivo di DEHOGA, Bayer Gastronomie e Koelnmesse ha convinto non solo come piattaforma di comunicazione, ma anche come programma di infotainment molto vario. La visita ad Anuga era al tempo stesso informativa e d'intrattenimento grazie a diversi eventi: l'Anuga-Frühshoppen (un brunch bavarese), al suo esordio con il moderatore della Radio WDR, Gisbert Baltes, le conferenze dell'esperto di tendenze gastronomiche Pierre Nierhaus, il seminario con il campione mondiale in carica per la categoria dei gelati, Sergio Colalucci, e la presentazione del team tedesco per la Gelato Worldcup 2010. I circa 700

partecipanti, tra cui i massimi responsabili decisionali del settore, sono stati entusiasti del 19° Forum della gastronomia industriale e dei suoi relatori: l'alpinista estremo Thomas Bubendorfer, Jochen Pinsker della npdgroup deutschland, il direttore della Bayer Gastronomie, Axel Fischer, e il capo della Hooters-Deutschland, Michael Rennig. I relatori del Forum con le loro presentazioni hanno indicato come sfruttare le proprie chance e riuscire anche in un contesto difficile.

Gli operatori del settore Foodservice hanno trovato validi interlocutori e dimostrazioni pratiche anche in "Anuga Creative Kitchen" e in "Visions of Cooking". Notevole l'affluenza ad entrambe le mostre durante le quali, a detta degli espositori, sono stati conclusi buoni ordini.

Nel quadro del 1. IFOAM Organic Trade Forum si è tenuta la conferenza molto seguita della WalMart Mexiko.

Da segnalare una buona riuscita anche per l'Anuga Wine Special. Complessivamente sono stati premiati 89 vini dal sommelier Markus Del Monego e dalla giuria di esperti.

#### Anuga in cifre:

6.522 aziende, provenienti da 97 Paesi, hanno partecipato ad Anuga 2009, occupando una superficie espositiva lorda di 287.000 m<sup>2</sup>. Dalla Germania hanno aderito 888 espositori più 130 aziende rappresentate, mentre dall'estero hanno partecipato 5.307 espositori più 197 aziende rappresentate. La quota estera è stata pari all'84 per cento. Hanno visitato Anuga 2009 circa 153.500 operatori provenienti da oltre 180 nazioni, la quota estera è stata superiore al 61 per cento.

La prossima edizione di Anuga  
si terrà dall'8 al 12 ottobre 2011.

Per saperne di più: [www.anuga.com](http://www.anuga.com)