

Anuga 2021 dépasse toutes les attentes

Plus de 70 000 visiteurs de 169 pays - Atmosphère de renouveau au salon de référence mondiale des produits alimentaires et des boissons - Haut degré de satisfaction des exposants et des visiteurs

Internationale, inspirante et surtout personnelle - voilà ce que l'on peut dire de la 36e édition d'Anuga qui s'est tenue à Cologne du 9 au 13 octobre 2021. Avec plus de 70 000 visiteurs de 169 pays et plus de 4 600 exposants de 98 pays, Anuga a prouvé une fois de plus que des salons de cette taille redeviennent possibles. « Nous sommes extrêmement satisfaits de ce résultat. Il souligne l'importance mondiale d'Anuga et la confiance qui nous est accordée en tant que société organisatrice de salons. Cela montre également que le site Allemagne continue d'occuper une position de leader et reste attractif face à la concurrence mondiale », a déclaré Gerald Böse, Chief Executive Officer de Koelnmesse GmbH. « L'approche hybride a également donné de très bons résultats et reçu un accueil chaleureux. Avec Anuga @home, nous avons donné notamment à celles et ceux qui n'ont pas pu se rendre au salon la possibilité de s'informer sur des sujets professionnels et de faire du réseautage à grande échelle », a-t-il poursuivi.

Également en matière d'internationalité, Anuga fixe à nouveau des critères de référence en période post-Covid : 92 % des exposants venaient de l'étranger. Le haut degré d'internationalité des visiteurs est resté de l'ordre de 76 % (2019 : 75 %). « Des visiteurs de 169 pays - c'est un signal fort et leur présence montre en même temps à quel point l'agroalimentaire international a besoin des salons pour refaire des affaires. Cela n'a pas échappé aux exposants qui ont fait état d'excellents entretiens avec les clients et insisté sur la qualité des visiteurs professionnels. Des acheteurs ont également fait savoir à quel point les exposants appréciaient de pouvoir consacrer du temps à des discussions personnelles approfondies avec leurs clients. Anuga 2021 a de nouveau permis d'appréhender personnellement l'univers de l'alimentation. Et cette euphorie de même que cette atmosphère de renouveau étaient perceptibles dans tout le salon », a précisé Oliver Frese, Chief Operating Officer de Koelnmesse GmbH.

Présence d'acheteurs de premier plan

Les exposants se sont laissés convaincre notamment par la qualité et le degré de préparation des acheteurs de même que par leur intérêt réel pour une relance de l'activité commerciale. Les acheteurs ayant un pouvoir de décision étaient venus nombreux au salon. Ils représentaient le commerce et le food service. Parmi eux figuraient des acheteurs de premier plan délégués par d'importantes enseignes de distribution alimentaire. D'après les premiers résultats d'un sondage parmi les visiteurs, plus de 70 % des personnes interrogées tirent parti d'Anuga pour assurer le suivi de leurs relations commerciales et en établir de nouvelles.

Sous forme hybride, vers l'avenir

Avec Anuga @home, Anuga, en tant qu'édition hybride, a également proposé cette année une plateforme numérique pour les exposants, les visiteurs et les représentants des médias. En plus de nombreuses possibilités de réseautage, le programme d'événements et de congrès diffusé en streaming, celui-ci comportant de nombreux exposés, débats et présentations avec la participation d'experts de renom et de grandes entreprises agroalimentaires, a suscité un vif intérêt. 353 contributions en tout, soit plus de 6 380 minutes de diffusion, ont été proposées durant trois journées de salon. La diffusion en direct de Newtrition X et de la New Food Conference notamment a reçu un accueil très favorable. Les différentes contributions et les possibilités de réseautage sur Anuga @home resteront disponibles sur demande après le salon.

Poursuivre résolument la transformation

Le sentiment de renouveau transparaissait également dans les thèmes traités cette année au salon et sur la plateforme numérique Anuga @home. Anuga ayant pour thème principal « Transformer », des exposants du monde entier ont montré que l'agroalimentaire international prend de nouvelles

mesures en faveur d'un système alimentaire mondial plus durable et plus efficace. C'est surtout l'augmentation significative du nombre de produits d'origine végétale, 100 % végétaux ou à base de protéines alternatives mais aussi d'innovations bénéfiques à la santé qui confirme ces évolutions. Mais également dans le secteur classique du lait et des produits laitiers, des produits à base de poisson ou de viande, les fabricants misent sur une production durable, sur le bien-être animal et la protection climatique.

Friedhelm Dornseifer, président de la Fédération allemande du commerce agroalimentaire (Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels - BVLH), a, lui aussi, dressé un bilan positif : « Avec Anuga 2021, nous avons réussi à sortir du confinement les salons de l'alimentation. Je remercie en particulier Koelnmesse, qui a eu à cœur de nous aider à y parvenir, également grâce à l'engagement de toutes ses collaboratrices et de tous ses collaborateurs. Anuga 2021 a prouvé de manière impressionnante que nous devons résolument continuer de progresser sur la voie de la transformation de notre système alimentaire. Anuga a présenté beaucoup de nouveautés produites et transformées durablement qui témoignent de la capacité d'innovation de l'agroalimentaire et me portent à croire que ce secteur d'activité peut contribuer efficacement à la réduction des émissions de gaz à effet de serre et, par conséquent, à la lutte contre le changement climatique. »

Christoph Minhoff, directeur général de l'Association allemande de l'industrie agroalimentaire (Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie - BVE), s'est félicité, lui aussi, du succès d'Anuga : « La tenue d'Anuga 2021 a constitué une étape importante du retour à la normale. Koelnmesse a prouvé sa capacité à assurer la tenue en toute sécurité du plus grand salon mondial de l'alimentation, même dans les conditions imposées par le Covid-19. Les exposants et les visiteurs professionnels ont pu enfin se rencontrer à nouveau personnellement, présenter des marchandises et conclure des marchés. Ce salon phare, le premier à avoir lieu depuis l'apparition du Covid-19, est très encourageant et donne le ton au commerce alimentaire mondial. En référence au slogan d'Anuga « Taste the future », l'industrie alimentaire a prouvé de manière impressionnante que l'innovation, la durabilité et le plaisir gustatif iront de pair, à l'avenir également. »

Ingrid Hartges, directrice générale de la Fédération allemande DEHOGA, a ajouté : « Anuga 2021 a insufflé un formidable sentiment de renouveau aussi bien au secteur des salons qu'à celui de l'hôtellerie et de la restauration. En cette année particulière, Anuga est le plus grand salon mondial de sa catégorie.

Les visiteurs de tous les secteurs dont se compose la branche d'activité étaient les bienvenus dans notre lounge DEHOGA, hall 7. Les professionnels des différents secteurs - restauration individuelle, restauration collective, catering et restauration standardisée - se sont informés sur les nouveautés et ont profité de l'occasion pour échanger entre eux. La confiance transparaissait dans de nombreux entretiens et le plaisir procuré par les rencontres personnelles, d'une extrême importance dans notre branche, était palpable partout.

Avec son programme varié et tonique, le 30e forum de la restauration standardisée du cercle d'initiative DEHOGA a de nouveau été un temps fort. Outre Wolfgang Bosbach, l'un des hommes politiques les plus connus et les plus estimés d'Allemagne, de réels connaisseurs de la branche en la personne de Stephan von Bülow (Block Group), Jörg Gilcher (Five Guys) et Jürgen Vogl (Aramark), tous chefs d'entreprise, et en celle de Jochen Pinsker, analyste du marché, sont intervenus sur scène, à Cologne, et ont convaincu par leurs exposés stimulants en ces temps de défis.

Anuga en chiffres

4 643 entreprises de 98 pays ont participé à Anuga 2021 où elles occupaient une surface de présentation brute de 244 400 m². 400 exposants venaient d'Allemagne, 4 243, de l'étranger. La proportion d'exposants étrangers était de 92 %. Anuga 2021 a accueilli plus de 70 000 visiteurs professionnels de 169 pays, dont 76 % d'étrangers.

La prochaine édition d'Anuga aura lieu du 7 au 11 octobre 2023

Koelnmesse - salons dédiés à l'industrie agroalimentaire: Koelnmesse joue un rôle de premier plan au niveau international dans la tenue de salons de l'alimentation. Des salons comme Anuga et ISM se sont imposés à Cologne et servent de références mondiales. Anuga HORIZON dont le lancement aura lieu à Cologne en 2022 est un nouveau format événementiel qui met en avant les innovations de l'agroalimentaire. Par ailleurs, Koelnmesse présente sur d'importants marchés à travers le monde, par exemple sur ceux du Brésil, de Chine, de Colombie, des Émirats arabes unis, d'Inde, du Japon et de Thaïlande, de nombreux salons agroalimentaires avec différents contenus et temps forts spécifiques. Le fait d'opérer dans le monde entier permet à Koelnmesse de proposer à sa clientèle, sur différents marchés, des événements sur mesure et des salons phares au niveau régional garantissant une activité internationale durable. Avec Anuga FoodTec et ProSweets Cologne, salons phares à l'échelle mondiale, et un réseau international avec d'autres manifestations, Koelnmesse est également bien positionnée dans le domaine de la technologie alimentaire.

Plus d'informations: <https://www.anuga.com/trade-fair/anuga/industry-sectors>

Les prochains salons:

ISM - The world's largest trade fair for sweets and snacks, Cologne 30.01. - 02.02.2022

Annapoorna - ANUFOOD India - Indiaâ's international exhibition on food & beverage trade and retail market, Mumbai 03.02. - 05.02.2022

ANUFOOD Brazil - International Trade Show Exclusively for the Food and Beverage Sector, São Paulo 12.04. - 14.04.2022