

HI EUROPA & NI

Fornecedores mais naturais e orgânicos do que nunca

A Hi Europa & Ni 2018 bateu novo recorde de expositores de ingredientes naturais e orgânicos.

Alta demanda do consumidor por produtos orgânicos e alimentos com ingredientes naturais se refletiu na ampla gama de ofertas da Health Ingredients Europe & Natural Ingredients deste ano. Sob a alegação “Natural & Orgânico”, mais de 100 expositores apresentaram suas novas formulações - de super alimentos, sabores e extratos naturais até produtos acabados à base de plantas. Nos dias 27 a 29 de novembro, em Frankfurt, na Alemanha, os profissionais puderam ter uma visão abrangente dessas categorias nos 4.000 m² de exposição e se beneficiaram de uma ampla gama de novas oportunidades de atualização e de *networking*.

Hoje em dia, os consumidores procuram muito mais por alimentos funcionais do que há alguns anos atrás: além do benefício à saúde, a origem natural e/ou o cultivo orgânico, a sustentabilidade e as qualidades éticas também são muito desejadas. Com uma ampla gama de expositores oferecendo tais ingredientes - in-



cluindo Agrana, KSM66-Ashwaganda e Plantex - e um extenso programa de atualização, a Hi Europe & Ni é uma valiosa fonte de inspiração para os visitantes da indústria de saúde e nutrição.

DEMANDA POR INGREDIENTES NATURAIS

De acordo com uma pesquisa realizada pela Mintel no ano passado, cerca de 70% das pessoas entrevistadas preferem alimentos com ingredientes naturais. Os fabricantes reconheceram essa tendência e estão oferecendo uma variedade cada vez maior de produtos novos e inovadores. Comparada à

Hi Europe & Ni 2016, o número de expositores que integraram o “Pavilhão Ingredientes Naturais” dobrou neste ano.

Inúmeras palestras de especialistas forneceram *insights* sobre os desafios e as soluções relacionadas às alternativas naturais: Leonhard Thunn-Hohenstein, Gerente de Contas da AstaReal, por exemplo, falou no programa “*Supplier Solutions Theatre*” sobre a astaxantina natural de algas para melhorar a saúde dos olhos. Durante a conferência de dois dias da Hi, Grégory Dubourg, CEO da Nutrikéo, explorou alguns dos ingredientes naturalmente funcionais que estão no centro das atenções, como o açafraão e a spirulina, em sua palestra “Desenvolvendo produtos com ingredientes naturalmente funcionais”.

Já na programação do “*Plant-based Experience*”, os visitantes puderam se informar sobre as tendências atuais e experimentar a





crecente variedade de produtos à base de plantas, em associação com a ProVeg International, que também organizou o “*Plant-based Innovation Tour*”, apresentando expositores com novas soluções baseadas em plantas. Além disso, expositores com soluções naturais fizeram parte do “*Innovation Tour on Clean label, Trust and Transparency by Nutri-marketing*”.

QUALIDADE ORGÂNICA: O QUE OS CONSUMIDORES QUEREM, O QUE OS FABRICANTES PRECISAM?

Este ano, a UBM, organizadora do evento, ampliou o “Pavilhão Orgânico” em mais de 60%, devido ao enorme número de expositores. Para Amishi Takalkar, CEO da Nailbiter, o certificado orgânico tornou-se uma característica de qualidade dos produtos de muitas empresas. “*Estamos começando a ver que o orgânico está se tornando convencional, assim como o natural. Grandes empresas de CPG estão cada vez mais lançando suas marcas ou rótulos orgânicos. Na minha opinião, o orgânico está se transformando em um aposta para marcas que querem ser levadas a sério e percebidas como saudáveis*”.

Na programação gratuita “*Organic Spotlight*”, do “*Theater Industry Insights*”, Takalkar apresentou a

tendência orgânica do ponto de vista do consumidor. Marlene Milan, pesquisadora da *Associate at the Research Institute of Organic Agriculture* (FiBL), também forneceu informações sobre os padrões que as empresas devem cumprir para oferecerem ingredientes de qualidade orgânica na União Europeia e, especialmente, no mercado alemão. Milan está convencida de que os consumidores não recorrem aos produtos orgânicos em caráter temporário: “*Uma vez que um comprador convencional torna-se orgânico, é muito difícil voltar ao convencional*”.

SOBRE A HI EUROPA & NI

Desde 2000, a Hi Europa & Ni tem reunido profissionais da indústria de saúde e nutrição de todo o mundo. Realizada em Frankfurt, na Alemanha, a principal plataforma para ingredientes de saúde é um ponto de encontro para explorar este crescente mercado de inovação. O evento bienal alterna com a Fi Europe.

SOBRE A UBM

A Hi Europa & Ni é organizado pela UBM EMEA. A UBM é o maior organizador de eventos B2B do mundo. Mais de 3.750 pessoas, com base em mais de 20 países, atendem

a mais de 50 setores diferentes. O seu profundo conhecimento e paixão por esses setores lhe permite criar experiências valiosas que permitem que os seus clientes tenham sucesso. A UBM EMEA está comprometida com a melhoria contínua da sustentabilidade e tem como objetivo ser líder em negócios sustentáveis, alinhando todas as principais decisões de negócios com a sua estratégia de sustentabilidade. A UBM EMEA considera fundamental e tem consciência do impacto que as suas ações exercem sobre o meio ambiente e as comunidades em que atua. Como um dos primeiros grandes organizadores mundiais, a UBM EMEA implementou com sucesso um sistema de gestão de eventos sustentável e foi certificada pela ISO 20121.

SOBRE A FOOD INGREDIENTS GLOBAL - O CAMINHO CONFIÁVEL PARA O MERCADO DESDE 1986

A Food ingredients Global foi lançada em Utrecht, na Holanda, em 1986. Seu portfólio de eventos, dados extensivos, soluções digitais e conferências de alto nível está agora estabelecido em todo o mundo e fornecem plataformas regionais e globais para todas as partes interessadas na indústria de ingredientes alimentícios. Mais de 500.000 pessoas visitaram suas feiras ao longo dos anos, com bilhões de euros em negócios criados como resultado. Com mais de 30 anos de excelência, os seus eventos, soluções digitais e produtos de suporte oferecem um caminho comprovado para o mercado, com um público verdadeiramente global.



Hi Europa & Ni
figlobal.com/fieurope