



## **Negócios aquecidos marcam participação da Abiec em Anuga**

*Ação brasileira realizada em parceria com a Apex-Brasil e com presença de 19 empresas associadas, foi oportunidade de aproximação com mercados importantes*

A Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (Abiec) em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), finalizou sua participação na edição 2019 de Anuga, com ritmo de negócios aquecidos para a carne brasileira. Um dos principais eventos do setor de alimentos no mundo, a feira foi encerrada no último dia 09 de outubro, na cidade de Colônia, Alemanha, com total de US\$ 2,3 bilhões de negócios firmados.

A participação brasileira contou com a presença de 19 empresas associadas - Agra, Astra, Barra Mansa, Cooperfrigu, Frigoestrela, Frigol, Frigon, Frigosul, Frigotil, Frisa, Iguatemi, JBS, Marfrig, Masterboi, Mataboi, Mercurio, Minerva, Naturafriu e Rio Maria. “Podemos constatar um bom momento para a carne brasileira no mercado internacional, com uma participação positiva em uma região tão representativa que é a Europa”, avalia o presidente da Abiec, Antônio Jorge Camardelli.

Com a já tradicional degustação que serviu mais de 1 tonelada de carne brasileira durante os cinco dias de evento, o estande *Brazilian Beef* recebeu visitas importantes como a da Ministra da Agricultura, Tereza Cristina, além do embaixador brasileiro na Alemanha, Roberto Jaguaribe Gomes de Mattos e o presidente da Apex-Brasil, Sergio Ricardo Segovia Barbosa, que aproveitaram o encontro para debater oportunidades e desafios para o produto brasileiro. “É sempre uma ótima oportunidade de identificar onde podemos atuar para fortalecer a nossa carne nos principais mercados”, ressaltou Camardelli.

A Europa é um dos mercados mais importantes do Brasil e responde por 9% das exportações. Em 2018 o Brasil exportou quase 119 mil toneladas de carne para o continente, com receita de USD 728 milhões. De janeiro a agosto deste ano, já foram embarcadas 67 mil toneladas de carne bovina, com faturamento USD 385 milhões. “A Europa é um mercado importante e exigente. E a feira é uma ótima oportunidade para mostrar toda a qualidade e controle da carne bovina brasileira”, afirma Camardelli.

### **Sobre a ABIEC – [www.abiec.com.br](http://www.abiec.com.br)**

*Criada em 1979, a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC) reúne 32 empresas do setor no país, responsáveis por 92% da carne negociada para mercados internacionais. Sua criação foi uma resposta à necessidade de uma atuação mais ativa no segmento de exportação de carne bovina no Brasil, por meio da defesa dos interesses do setor, ampliação dos esforços para redução de barreiras comerciais e promoção dos produtos nacionais. Atualmente, o Brasil produz em torno de 10 milhões de toneladas de carne bovina, aproximadamente 20,8% são negociados para dezenas de países em todo o mundo, seguindo os*



*mais rigorosos padrões de qualidade. Na última década, o País registrou crescimento de 135% no valor de suas exportações.*

***Sobre o Brazilian Beef***

*Iniciado em 2001, o projeto setorial Brazilian Beef, uma parceria entre Apex-Brasil e ABIEC, tem o objetivo de fortalecer a imagem da carne bovina brasileira, melhorando a percepção de sua qualidade nos países importadores e ampliando, assim, a participação brasileira no mercado mundial de carnes. Em 18 anos, já foram firmados nove projetos, com investimentos de mais de R\$ 60 milhões e crescimento das exportações em mais de 500%.*

***Sobre a Apex-Brasil***

*A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira. Para alcançar os objetivos, a Apex-Brasil realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil.*