

FCE Pharma e FCE Cosmetique surpreendem mercado na retomada dos encontros presenciais dos setores

Maiores feiras da indústria farmacêutica e de cosméticos na América Latina reuniram mais de 400 marcas

Depois de quase dois anos sem eventos, as edições das feiras FCE Pharma e FCE Cosmetique deste ano abriram com uma rodada de negócios que movimentou R\$ 8,4 milhões. Com a participação de 36 empresas dos setores de cosmético, farmacêutico e de química analítica, a rodada durou cerca de 2 horas e teve 107 reuniões. “Proporcionar esse momento para o mercado e com segurança foi uma satisfação imensa”, afirmou o presidente da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Picolo. “Criar oportunidades de negócios está no DNA da nossa empresa e é o nosso propósito maior. Por isso, voltar aos pavilhões foi um momento único”.

Em um espaço de 40 mil m², marcas expositoras mostraram as novas tendências, tecnologias e apostas para 2022. Com 9.300 visitantes, o primeiro encontro presencial do setor desde o início da pandemia atraiu um público qualificado, focado e interessado em fechar negócios. “Ficamos surpreendidos desde a organização, o clima da retomada das feiras e a receptividade dos clientes. Conseguimos nosso objetivo, que era apresentar os nossos selos de sustentabilidade e nossos produtos”, comemorou Rosa Koren, gerente de marketing da Sarfam. As expectativas de negócios também surpreenderam, segundo Fernando Malanconi, gerente comercial da empresa. “Os clientes estavam esperando essa retomada. Foi muito positivo e acabamos fazendo bons negócios”, disse.

O Grupo Polar se mostrou otimista com o saldo da FCE Pharma e com as chances de novas parcerias. “O evento foi muito importante por conta da visibilidade. Somos pioneiros em cold chain, e para nós, é importante essa conexão com nossos atuais e quem sabe futuros clientes. Principalmente agora que lançamos o nosso gelo compostável, o encontro foi importante para mostrar essa vertente de sustentabilidade da marca”, concluiu Rogério Viana Borges, gerente de marketing do grupo.

Para a head comercial da Biothermal, Viviane Aquino, o destaque do evento foi a possibilidade de, finalmente, conhecer seus clientes. “Há um ano e meio eu falo com eles apenas por telefone e reuniões on-line. A feira foi a oportunidade que encontramos de nos conhecer”.

WNTC

Paralelamente às exposições, os visitantes ainda tiveram a oportunidade de participar de congressos e fóruns com diversos temas de interesse para as indústrias farmacêutica, cosmética e de química analítica. Nos três dias de pavilhão, foram mais de 25 horas de conteúdo exclusivo.

O WNTC (We Need to Talk about Cannabis) foi um Congresso inovador que trouxe para o centro do debate a cannabis medicinal no Brasil. O evento, que aconteceu de forma híbrida, teve mais de 100 participantes. Foram 11 horas de debate com a participação das

principais lideranças sobre o tema, como o deputado federal Luciano Ducci; o ex-presidente da Anvisa, Willian Dib; Dr. Pedro Pierro, diretor médico do Centro de Excelência Canabinoide; João Paulo Silvério Perfeito, Gerente de Medicamentos Específicos, Notificados, Fitoterápicos, Dinamizados e Gases Medicinais, da ANVISA; entre outros.

Foram discutidos temas como: os entraves burocráticos no Brasil, o mercado de cannabis medicinal, as leis em outros países e a desmistificação do ativo. O Congresso contou com a curadoria exclusiva da Indeov e o patrocínio Master da DSM, Entourage e Grace. O patrocínio ouro das empresas Merck, The Green Hub e Verdemed; e prata da Brainsbio e Promediol do Brasil.

Encontro da Cosmetologia Brasileira

Outra novidade foi o Encontro da Cosmetologia Brasileira. Pela primeira vez a FCE Cosmetique se uniu à ABC (Associação Brasileira de Cosmetologia) e à Beauty Fair para criar um congresso exclusivo e debater o futuro do mercado de cosméticos.

A FCE Cosmetique e ABC criaram ainda um prêmio inédito no mercado: o **Prêmio Inovação do Palco de Lançamentos e Soluções 2021**, que buscou reconhecer os melhores do setor nas categorias: inovação, sustentabilidade e sensorial.

Mais de 15 empresas inscritas foram avaliadas por um comitê formado pela BELCORP, Natura, Boticário, ABC (Associação Brasileira de Cosmetologia), MEDCIN e coordenado pelo Farmacêutico-Bioquímico – Diretor da Protocolo Consultoria, Alberto Keidi Kurebayashi. “Formamos um grupo de peso que fez análises profundas e científicas de cada trabalho enviado. Estamos honrados com tudo o que recebemos”, destacou a Head de Produto do Núcleo Science da NürnbergMesse Brasil, Nadja Bento.

A Dinaco levou para a casa o prêmio na categoria *Sustentabilidade*; a BASF na *Sensorial*, e a DSM ganhou o prêmio de *Inovação*.

NFS - Fórum de Nutracêutico, Funcionais e Suplementos

De olho numa crescente demanda do mercado, a FCE Pharma promoveu ainda o Fórum de Nutracêuticos, Funcionais e Suplementos. Consumido tradicionalmente na área esportiva, os suplementos ganharam novos adeptos entre pessoas interessadas numa vida mais saudável, movimentando um mercado de 136 bilhões de dólares por ano.

O evento contou com 116 participantes e foi dividido em duas partes: Saúde & Ciência, e Nutrição & Beleza. Entre os destaques estavam as palestras Suplementos: Oportunidades mercadológicas para o mercado de nutrição; e Clean label: Atendendo à demanda do consumidor - desafios do apelo natural e TiO2 free.

A primeira edição do evento contou com o patrocínio Master de Gelita e Colorcon; e Ouro da Rousselot.

FCE Pharma e Cosmetique 2022

A promotora NürnbergMesse Brasil já confirmou a próxima edição da FCE Pharma e FCE Cosmetique para os dias 7, 8 e 9 de junho de 2022, no São Paulo Expo. “Estamos preparando um evento com muitas novidades, ainda mais inovador, e que com certeza será um sucesso ainda maior”, afirma João Paulo Picolo, presidente da empresa.

Algumas marcas também já confirmaram presença na edição. O presidente da Lanza, Vanderlanz Dantas, foi ao pavilhão este ano com a intenção de ficar apenas duas horas, mas foi surpreendido pelo o que viveu nesses três dias. “Recebemos grupos de vários lugares e não paramos um minuto. Para nós, a prospecção é fundamental e, além disso, finalizamos o dia com vários negócios fechados”, revela.

Animado com o resultado, ele já renovou o contrato do estande para o evento de 2022. “Teremos um espaço bem maior justamente pelo resultado positivo deste ano. Estamos bem satisfeitos”, declarou.