

Rodadas de negócios de R\$ 23 milhões são recorde em FCE Pharma e FCE Cosmetique

Ao todo foram mais de 90 empresas convidadas que fizeram quase 300 reuniões

Com o controle da pandemia, as exposições FCE Pharma e FCE Cosmetique voltaram a atrair aos pavilhões da São Paulo Expo visitantes de outros estados e países, além do público paulista, totalizando cerca de 16 mil pessoas. As rodadas de negócios promovidas pela NürnbergMesse Brasil com empresas convidadas geraram ao todo R\$ 23 milhões, um montante recorde para o evento.

Juntas, as duas feiras contaram com 660 marcas participantes. "Este ano tivemos um crescimento de 23% de novos expositores, o que mostra a importância das feiras tanto para a divulgação das empresas como palco para que elas apresentem suas principais novidades", afirmou Nadja Bento, head do núcleo Science da NürnbergMesse Brasil.

Esta visão é compartilhada pelos expositores. A Marchesini do Brasil destacou que conseguiu fechar dois projetos importantes na área farmacêutica. "Foi um excelente momento para fechar negócios. Também fizemos vários contatos com novos clientes e demos sequência a alguns projetos em andamento, além de novas prospecções", ressaltou o diretor da empresa, Fernando Valdesoiro,

Para o diretor de Negócios da Siemens Digital Industry, Rodrigo Alvarez, o número de visitantes superou as expectativas. "Estamos felizes com o resultado da feira. Reforçamos os projetos em andamento e abrimos novos caminhos e contatos. Isso ajuda na prospecção e nas futuras vendas. Além disso, o pessoal sentia falta dessa proximidade. O contato cara a cara tem possibilidade de discussões mais ricas", ponderou.

Muitas empresas já pensam na edição de 2023. É o caso da Focus Química, que já está na sexta edição da FCE Cosmetique. "Como o mercado está voltando a se aquecer, acredito que os clientes ficaram um pouco mais confiantes para participar presencialmente de eventos. Então, foi muito produtiva a feira. Encontramos clientes de todos os estados do Brasil. Provavelmente, voltaremos para a próxima edição, pois é importante para o nosso posicionamento de marca", explicou Amanda Omodei, diretora de marketing técnico.

Já a OAK vai além. A empresa, que trouxe a Via Láctea para o pavilhão este ano, com fragrâncias inspiradas nos planetas, já pensa no tema para a próxima FCE Cosmetique. "Temos algumas ideias, algumas coisas na cabeça, mas vamos deixar para 2023", fez suspense Everton Rodrigues, gerente comercial da marca.

Pavilhão de matérias-primas

Para o setor de cosméticos, a grande novidade este ano foi um pavilhão exclusivo para empresas que desenvolvem e vendem matérias-primas. Mais de 30 marcas expuseram seus produtos nessa nova área. Todas mostraram as principais inovações tecnológicas e reforçaram tendências como produtos sustentáveis, veganos, blends, clean beauty e cosméticos sólidos.

A Sarfam, que completou 25 anos em 2022, é uma das empresas participantes. Além de levar ao estande ingredientes e novos produtos sustentáveis, a companhia reforçou seu compromisso com o meio ambiente. “Pelo segundo ano consecutivo, compensamos 100% de todo o carbono emitido na nossa participação aqui na feira, assim como já fazemos com as nossas operações”, afirma Rosa Koren, gerente de marketing da empresa.

Outras empresas que marcaram presença no pavilhão de matéria-prima foram: Brenntag, AQia, Alpha Química, Aromaty Fragrances, Biodestil, Croda, Ashland, Química Anastácio, Chemyunion, Embacaps, Nanovetores, Univar, OAK, Garden Química, M. Cassab, Ayalla, Dinaco, Vollmens, Sarfam, Ashland, Tovani Benzaquen, Univar, Rudnik, Volp, Look Química, Galena, Ipclin, Lipid e Yosen e Focus Química.

Congressos

Além dos estandes, visitantes, empresas e profissionais do setor puderam acompanhar uma agenda de conteúdos exclusivos em três diferentes eventos que ocorreram paralelamente às feiras: o Congresso Brasileiro de Cosmetologia; o Fórum Nutracêutico, Funcionais e Suplementos; e o WNTC (We Need to Talk about Cannabis),

Este último, que teve a sua segunda edição dentro da FCE Pharma, tem como objetivo discutir e impulsionar o mercado de cannabis medicinal no Brasil. Mais de 130 participantes puderam acompanhar sete horas de palestras com os principais especialistas do setor para debater temas como legislação, dados de mercado, a importância de testes clínicos e o recente entendimento regulatório da Anvisa sobre a possibilidade de produção de IFA (Insumo Farmacêutico Ativo) de cannabis no país.

O congresso foi realizado em parceria com a Abiquifi e contou com patrocínio Master do PQE Group, além de patrocínio Prata das empresas MCassab, GatteFossé, Brains Bio, DSM e Intrials.

Funcionais e Suplementos

Organizado em parceria com a Nutriconnection, o NFS Fórum de *Nutracêuticos, Suplementos e Funcionais* reuniu cerca de 100 profissionais da indústria de suplementos, farmacêutica, cosmética e alimentícia para falar um mercado que cresce em torno de 30% ao ano, segundo o Nutrition Business Journal. Entre os principais temas debatidos estavam a suplementação pós-pandemia, a nanotecnologia para o segmento e a suplementação para o grupo 50+.

Esta segunda edição do evento contou com o patrocínio Master da Kerry e Ouro da Rousselot e Vogler.

Congresso Brasileiro de Cosmetologia

O congresso é o único do setor no país que reuniu em um único lugar os principais fomentadores de pesquisas - os players (indústrias de produto acabado e fornecedores de insumos e serviços) e instituições de ensino. Organizado pela NürnbergMesse Brasil junto com a Associação Brasileira de Cosmetologia (ABC), o evento apresentou por três dias os principais trabalhos técnico-científicos e palestras com grandes expoentes da ciência cosmética nacional e internacional.

O tema central este ano foi "Caminhos Expandidos por Meio de uma Cosmetologia Translacional", com debates sobre metaverso, sustentabilidade e saúde mental.

Innovation Challenge

A FCE Cosmetique, com apoio da ABC, premiou as empresas que apresentaram as soluções mais inovadoras em matéria-prima no setor de cosméticos, no Innovation Challenge. As empresas participantes tiveram seus trabalhos científicos avaliados por um corpo de jurados com profissionais renomados no setor. O grupo foi formado por Andrezza Di Pietro Micali Canavez, gerente de Segurança de Produtos e Métodos Alternativos do Boticário; além do pesquisador sênior da Belcorp John Jiménez e a presidente do Conselho da ABC, a professora doutora Vânia Leite.

Ainda participaram do corpo técnico o sócio-diretor do Grupo Medcin, doutor Sérgio Schalka, e o especialista em inovação da Natura &C, Silas Arandas. A mentoria ficou por conta de Alberto Keidi Kurebayashi, CEO da Protocolo Consultoria.

A premiação aconteceu no dia 7 de junho e os vencedores foram: Basf, Focus Química e Nanovetores. O primeiro lugar foi para a Basf que desenvolveu um inédito ingrediente probiótico com microrganismos vivos, que promove o efeito lifting rejuvenescedor. É uma matéria-prima inovadora e fruto de três anos de pesquisas. "Ficamos bastante felizes porque a premiação mostra que a pesquisa científica tem sido reconhecida no setor", comemora Daniela Francischetti, especialista em Inovação para Bioativos da empresa.

A Focus Química, com o Deepercaps: pigmentos microencapsulados para a pele negra, recebeu o segundo lugar. E a Nanovetores o terceiro, pelo desenvolvimento do NV Hyalocollagreen, um antirrugas com colágeno vegano.

Segundo Alberto Keidi Kurebayashi, coordenador do prêmio, o corpo técnico levou em consideração os seguintes quesitos: inovação; sustentabilidade; aspecto sensorial; tecnologia e segurança. "O Innovation Challenge é um palco onde as maiores e melhores empresas têm a oportunidade de trazer seus ingredientes inovadores. Trata-se de um momento para mostrar um ativo (matéria-prima) diferenciado e, dessa forma, apresentá-lo ao mercado", avalia Alberto.

FCE Pharma e FCE Cosmetique 2023

A edição de 2023 já tem data marcada. A FCE Pharma e a FCE Cosmetique serão realizadas entre os dias 13 e 15 de junho do próximo ano, no São Paulo Expo, na capital paulista.

"Pelo sucesso do evento deste ano, podemos apostar que 2023 será uma edição ainda mais especial e de consolidação de um trabalho que estamos desenvolvendo ao longo dos anos. Os setores estão em franca retomada pós-pandemia, e a NürnbergMesse Brasil mais uma vez faz o seu papel: ajuda a criar novas oportunidades de negócios", conclui Nadja Bento, head do núcleo Science da promotora.