

ไทยตอกย้ำความสำเร็จ ส่งผู้ผลิตอาหารไทยร่วมงาน แสดงภาคอาหารระดับโลก “ANUGA” ครั้งที่ 32 เมืองโคโลญ เยอร์มนี

ตอกย้ำความเป็นงานแสดงสินค้าภาคอาหารระดับโลก “ANUGA” ครั้งที่ 32 คาดผู้เข้าร่วมงานกว่า 1.6 แสนราย จาก 185 ประเทศ แบ่งเป็นผู้แสดงงานร้อยละ 82 ผู้เข้าชมร้อยละ 62 ในพื้นที่กว่า 2.84 แสนตารางเมตร ขนาดใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก ด้านไทยยังคงเป็นพันธมิตรที่ดี พร้อมต้อนรับประเทศน้องใหม่ จีน เข้าร่วมงานแสดงอาหารระดับโลก ณ เมืองโคโลญ ประเทศเยอรมนี 5 – 9 ตุลาคม 2556



นายดิทมาร์ ไอเติน รองประธานการจัดการงานแสดงสินค้า “Trade Fair Management” จาก บริษัท โคโลญเมสเซ จำกัด กล่าวว่า งานแสดงสินค้าภาคอาหารระดับโลก “Anuga” ครั้งที่ 32 เกิดขึ้นได้เพราะแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้าที่วางไว้เป็นอย่างดี จากกลุ่มผู้แสดงสินค้าที่หลากหลาย จากนานาประเทศ รวมไปถึงกิจกรรมคู่ขนาน (supporting program) ที่มีคุณภาพสูงระดับมืออาชีพ ทำให้ Anuga ยังคงเป็นงานแสดงสินค้าของภาคอาหารระดับโลกที่ใหญ่และสำคัญที่สุดเสมอมา ซึ่งความสำเร็จของ Anuga ในปีนี้ ก็จะเป็นตัวกำหนดเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวมของปี 2556 และเป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มระดับโลกด้วย

ทั้งนี้งานที่จะถูกจัดขึ้นในวันที่ 5 – 9 ตุลาคม พ.ศ. 2556 ณ เมืองโคโลญ ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี โดยพื้นที่จัดแสดงสินค้าถูกจองเกือบหมด ด้วยจำนวนผู้แสดงสินค้าและบริการประมาณ 6,700 ราย จาก 100 ประเทศ มีพื้นที่จัดแสดงทั้งหมด 284,000 ตารางเมตร ประกอบด้วย 11 อาคารแสดงสินค้า บางอาคารแบ่งออกเป็นหลายชั้น จึงจัดได้ว่า Koelnmesse มีพื้นที่แสดงสินค้าขนาดใหญ่อันดับห้าของโลก

โดยแนวคิดของการจัดงาน Anuga คือ “งานแสดงสินค้า 10 ด้านภายใต้ชายคาเดียวกัน” ซึ่งสินค้าทั้ง 10 ด้านจะแสดงให้เห็นถึงความเป็น Anuga หรืองานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มระดับโลกที่ใหญ่ที่สุด ตามหัวข้อหลักและจุดต่าง ๆ ประกอบด้วย

- Anuga Fine Food (อาหาร)
- Anuga Drinks (เครื่องดื่ม)

- Anuga Meat (เนื้อสัตว์)
- Anuga Frozen Food (อาหารแช่แข็ง)
- Anuga Chilled & Fresh Food (อาหารแช่เย็นและอาหารสด)
- Anuga Dairy (ผลิตภัณฑ์จากนม)
- Anuga Bread & Bakery, Hot Beverages (ขนมปังและขนมอบ รวมทั้งเครื่องดื่มร้อน)
- Anuga Organic (ผลิตภัณฑ์อินทรีย์)
- Anuga RetailTec (เทคโนโลยีค้าปลีก)
- Anuga FoodService (บริการด้านอาหาร)

อีกทั้งในปีนี้ ยังได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดเพื่อสร้างแรงกระตุ้นในระยะยาว แบ่งเป็น แนวคิดเกี่ยวกับข้อปฏิบัติของ **Anuga Organic** นับจากปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นไป โดยสินค้าอินทรีย์ที่จะนำมาแสดงในงานนี้ต้องมีหลักฐานยืนยันว่ามีการรับรองที่ถูกต้อง และการรับรองดังกล่าวจะต้องเป็นที่ยอมรับและปฏิบัติกันทั่วไปในตลาด

ส่วนต่อมาเรื่อง **Anuga FoodService** ที่เริ่มจัดขึ้นครั้งแรกในปีพ.ศ. 2554 นำเสนอเกี่ยวกับอาหาร เทคโนโลยี และอุปกรณ์สำหรับบริการอาหารและตลาดการจัดเลี้ยง , **Anuga FoodService** จะมีโมเดลใหม่ ที่ปรับแต่งให้สอดคล้องกับความต้องการผู้เข้าชมมากขึ้น นอกจากนี้ **Anuga FoodService Power Breakfast** จะจัดขึ้น 3 วันครั้ง โดยพิธีกรจะประกอบด้วย คุณพอล กูดาล ซึ่งดูแลผลิตภัณฑ์ด้านบริการอาหารของห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลกอย่างแฮรอดส์ รวมทั้งคุณมาร์ติน คอร์ดส์ ซึ่งเป็นหัวหน้าฝ่ายจัดเลี้ยงกลุ่มรถยนต์โพล์คสวาเกิน และในปีที่ผ่านมา คุณมาร์ติน ก็ได้เปิดโรงอาหารกลางแห่งใหม่ที่โรงงานโพล์คสวาเกินในเมืองปูเน ประเทศอินเดีย และในส่วนของ การแข่งขันพ่อครัวมืออาชีพ **“Anuga Chef of the Year”** รอบชิงชนะเลิศ ก็จะมีอยู่ในส่วนของ Anuga FoodService ตรง Culinary Stage

และการปรับเปลี่ยนต่อมา ก็จะส่งผลกระทบต่อภาพรวมทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ในงาน Anuga โดยจากปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นไป สินค้าที่มาจากการค้าที่เป็นธรรมชาติ จะรวมอยู่ในส่วนของแนวโน้มทั้งสิบด้าน (ten trends) ของงาน Anuga ในรอบสิบปีที่ผ่านมา ความต้องการสินค้าที่มาจากการค้าที่เป็นธรรมชาติ มีมากขึ้น ซึ่งจะพิจารณาไปรับรองทั้งหมดที่ใช้ อยู่ในตลาดปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มทั้งสิบด้านของ Anuga เริ่มมีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 เป็นแนวคิดทั่วไปว่าด้วยการช่วยสืบค้น ซึ่งกำหนดโครงสร้างฐานข้อมูลของ Anuga ผู้ซื้อสามารถใช้ฐานข้อมูลนี้ค้นหาผลิตภัณฑ์และบริการที่นำเสนอทั้งหมด

ได้ ทั้งยังมีความแม่นยำสูง สำหรับแนวโน้มอื่นๆ จะประกอบด้วย Gourmet Products and Regional Specialities (ผลิตภัณฑ์гур์เม่และอาหารดังประจำภูมิภาค) , Halal Food (อาหารฮาลาล) , Organic Products (ผลิตภัณฑ์อินทรีย์) , Vegetarian Products (ผลิตภัณฑ์มังสวิรัต) , Health & Functional Food (อาหารสุขภาพ) , Kosher Products (ผลิตภัณฑ์โคเซอร์) , Finger Food (อาหารใช้นิ้วมือหยิบ) และ Private Labels and Ingredients (ฉลากส่วนตัวและส่วนผสม)

งานแสดงสินค้าภาคอาหารระดับโลก Anuga จะเริ่มงานในตอนเย็น วันก่อนงานแสดงสินค้า เริ่มต้นด้วย Anuga Executive Summit (การประชุมสุดยอดผู้บริหาร) ซึ่งมีการรวมตัวกันของสมาชิกในอุตสาหกรรมและการค้าระดับสูง และกิจกรรมอื่นๆ ภายในงาน ประกอบไปด้วยงาน Frozen Food (อาหารแช่แข็ง) รวมทั้ง Meat Essential (เนื้อสัตว์) WellFood Congress (สภาวะแวดล้อม) และ European Halal Conference (งานประชุมฮาลาลแห่งยุโรป) ครั้งที่สอง

และความพิเศษของปี 2556 นี้ ก็คือ งานแสดง “Wine Special” (ไวน์พิเศษ) และ “taste13” (เทสต์ 13) นอกจากนี้ ยังมีการแสดงพิเศษชื่อ “OliveOil Market” (ตลาดน้ำมันมะกอก) ซึ่งจัดเป็นครั้งแรก ในการแสดงชุดนี้ ผู้จัดหาสินค้าและบริการจากหลายประเทศและภูมิภาคจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมทั้งน้ำมันที่ผลิตแบบปลอดสารพิษ หลากหลายประเภท

โดยในปีนี้ คาดว่าจะมีผู้เข้าชมประมาณ 160,000 คน โดยงานครั้งที่ผ่านมา ในปี พ.ศ. 2554 มีผู้ลงทะเบียนในงานทั้งหมด 154,516 คน จาก 185 ประเทศ ประกอบด้วยผู้ซื้อที่มีระดับการซื้อสูงจากภาคธุรกิจนี้ รวมทั้งตลาดนอกบ้าน และมีผู้ร่วมแสดงงานร้อยละ 82 และผู้เข้าชมร้อยละ 62

“สำหรับประเทศไทย เป็นประเทศที่มีส่วนร่วมในงาน Anuga เป็นอย่างดีเสมอมา อย่างในปี พ.ศ. 2550 เราต้อนรับผู้จัดหาสินค้าและบริการ 144 บริษัท และผู้เข้าชม 572 คนจากประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2552 จำนวนของผู้แสดงในงานมีมากถึง 159 บริษัท และในปี พ.ศ. 2554 มีมากถึง 161 บริษัท ปี พ.ศ. 2554 ผู้เข้าชมมีจำนวนมากถึง 698 คน แนนอนว่าประเทศไทยเป็นประเทศคู่ค้าประเทศแรกของงาน Anuga ในปีพ.ศ. 2550 ณ ตอนนั้น เป็นการแสดงอาหารไทยและเครื่องดื่มระดับพรีเมียมที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก” นายดีทมาร์ กล่าว และกล่าวต่อว่า

อย่างไรก็ตาม ภายในงานยังมีผู้เข้าชมจากประเทศจีนด้วย โดยจำนวนของบริษัทจากประเทศจีนที่เข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นถึง 4 เท่าในช่วงสิบปี กระทั่งจีนกลายเป็น 1 ใน 10 ประเทศที่ไม่ใช่เยอรมัน ที่มีผู้เข้าร่วมงานมากอันดับต้นๆ และงานในปี พ.ศ. 2554 มีการลงทะเบียนจากบริษัทจากจีน 419 บริษัท และผู้เข้าชมงานจากจีน 1,200 คน

สำหรับรายการงานแสดงสินค้าอาหาร Koelnmesse มีจุดเน้นและเนื้อหาหลากหลายซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะที่เกี่ยวกับโคโลญ แต่ยังรวมถึงตลาดอื่น ๆ ที่เติบโตทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าจะเป็นตลาดใน กรุงเทพฯ เชียงใต้ ภูเก็ต และมัมไบ ใช้กลยุทธ์ในการทำงานกับคู่ค้าระดับภูมิภาค อย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในกิจกรรมระหว่างประเทศ