



A revista **Food Ingredients Brasil** é publicada sob licença da UBM Brazil, titular e licenciante da marca.

**UBM Brazil Feiras & Eventos Ltda.**  
Edifício West Gate  
Alameda Tocantins, 75 - Conj. 1401  
Alphaville  
06455-020 - Barueri, SP

**Diretor Geral**  
Joris Van Wijk



**Editora**

Márcia Fani (Mtb 19.876)  
[editora@insumos.com.br](mailto:editora@insumos.com.br)

Departamento Comercial  
Tatiane Torales Lemos  
[tatiane@insumos.com.br](mailto:tatiane@insumos.com.br)

Arte & Diagramação  
Assuero Dias  
[assuero@insumos.com.br](mailto:assuero@insumos.com.br)

Departamento de Assinaturas  
[assinaturas@insumos.com.br](mailto:assinaturas@insumos.com.br)

Atendimento  
[atendimento@insumos.com.br](mailto:atendimento@insumos.com.br)

Diretor de Publicações  
Michel A. Wankenne  
[wankenne@insumos.com.br](mailto:wankenne@insumos.com.br)

Os artigos assinados não necessariamente traduzem a opinião da editora. Sua publicação obedece a redação original, apenas obedecendo o padrão visual da revista.

Filiado a



**Editora Insumos Ltda.**

Av. Sargento Geraldo Santana, 567 - 1º  
04674-225 - São Paulo, SP  
Tel.: (11) 5524-6931  
Fax: (11) 5685-5558

Fi South America e Hi South America  
são organizadas por:



**UBM**

# Editorial



## FEIRA ANUAL VS. FEIRA BIENAL

Cada vez que acontece alguma mudança no calendário de feiras do setor, ocorre um pequeno reboliço no meio dos expositores diretamente envolvidos, podendo ou não, dependendo dos casos e interesses, gerar tentativas de boicote. Pessoalmente, consideramos essas manobras de sabotagem como pura ingerência nos negócios alheios, uma vez que se trata de uma decisão tomada por uma empresa distinta, independente e, pior ainda, que não existe obrigação nenhuma em participar de cada edição do evento, seja ele anual ou não.

A maneira com a qual, no Brasil, as feiras e eventos são trabalhados é de deixar qualquer um perplexo quanto aos resultados eventualmente alcançados! Estandes ou pavilhões imensos se transformam em pequenas Oktoberfest; empregados com pouco - ou nenhum - poder de decisão ficam horas a fio beliscando salgadinhos variados e entornando o maior número possível de copos. O evento já fechou suas portas à horas e os boas vidas continuam titubeando de um estande para o outro, buscando uma derradeira bebida... enquanto as pessoas com real poder de decisão já se foram, faz tempo.

A pergunta é simples: é melhor participar anualmente de um evento, aproveitando a oportunidade para fazer contatos com clientes atuais e potenciais, de forma racional, organizada, confortável e sem excesso de álcool, ou promover libações caras e improdutivas a cada dois anos? Para quem já visitou eventos nos Estados Unidos, na Europa e na China, onde não existe essa farta distribuição de bebidas, a resposta é bastante clara.

Estar presente sempre, com uma área eventualmente mais modesta, porém com atuação mais efetiva é mais rentável. O contato pessoal com os clientes é mantido, as novidades podem ser mostradas e os inúteis que só visitam as feiras por divertimento irão, rapidamente, desaparecer. Afinal, o que realmente importa é a qualidade dos contatos e não... a quantidade! Tal como ocorre com a propaganda, é melhor estar sempre anunciando, mesmo de forma mais modesta, do que fazer uma página dupla a cada dois anos.

Boa leitura!

**Michel A. Wankenne**