

ISSN 1984-6819



Gourmet & Food Service

BTS[®]
Brazil Trade Shows
www.btsmedia.biz

Nº 7 • Ano II
Maio/Junho 2009



**Finalizamos o prato
para o seu cliente se servir**

Catálogo Oficial



Fispal Food Service



25ª Feira Internacional de Produtos
& Serviços para Alimentação Fora de Casa



Internacional

por André Toso, especial da Itália



Matéria voltada a todos os operadores do segmento food service.

Itália

mostra que a revolução está na mesa

Em projeto ousado, setores públicos e privados da Itália pretendem disseminar para o mundo uma nova cultura alimentar orgânica que prioriza o prazer e a saúde do consumidor



Um breve passeio pelas calçadas da cidade de Bolonha, capital da Emília-Romagna, região norte da Itália, é suficiente para atestar a preocupação dos europeus com a qualidade de vida e o bem-estar de seus habitantes. Quem anda por ali, deleira-se com uma experiência estética única e não precisa se preocupar com possíveis dias de chuva: as calçadas são cobertas e cercadas de obras de arte por todos os lados, com pórticos e azulejos em estilo gótico e renascentista. Difícil encontrar lixo nas ruas ou qualquer sinal de degradação. Para completar, Bolonha, com quase 400 mil habi-

tantes, é o centro irradiador de uma nova filosofia alimentar pregada com ênfase pelo governo italiano e por diversas empresas privadas e associações.

Entre os envolvidos na organização do projeto, batizado de BioBenessere, destaque para os Ministérios do Desenvolvimento Econômico Italiano e o da Agricultura, que patrocinam e fiscalizam o projeto, o Istituto Italiano de Comércio Exterior (ICE), responsável pela promoção internacional, a Bologna Fiera, organizadora da Sana, principal feira de alimentos biológicos do país, e a Federação Italiana de Agricultura

Biológica e Biodinâmica (Federbio), composta por 32 organizações, entre elas a Probet, a Agora e a Agenfor, que ajudam a aperfeiçoar o trabalho em todas as regiões italianas.

A Federbio, ligada aos ministérios citados, é a idealizadora do projeto e procura disseminar informações e demonstrar as vantagens dos alimentos orgânicos e da dieta mediterrânea para uma vida mais saudável e à obtenção de uma forma de economia mais sustentável. O plano é conquistar um enfoque global, espalhando por todo o mundo os benefícios de uma mudança radical nos hábitos alimentares.





Internacional

Confira os expositores italianos de produtos orgânicos que estarão na Fispal Food Service, que acontece entre os dias 15 e 18 de junho, em São Paulo (SP)



Casa del Balsamico
Modenense – vinagre
balsâmico



Oleificio Sapigni – óleo
de oliva extravirgem



Azienda Agricola Zuffa
– vinhos



Probios – massa, arroz,
biscoitos, soja etc.



Consorzio Garanzia Bio
– queijos, mel, massa,
arroz, fruta, molho de
tomate, óleo de oliva
extravirgem, vinhos etc.

Os dois países escolhidos para o início da campanha são os Estados Unidos e o Brasil: o primeiro pelo peso de sua economia e o segundo pelo crescimento do seu mercado e pelas prósperas possibilidades futuras. Como primeiro passo, a Federação levará produtores orgânicos para duas das principais feiras dos dois países – A Fancy Food, em Nova York, e a Fispal Food Service, em São Paulo (veja no box os expositores que estarão na feira brasileira).

Mais do que vendas, afirma Sérgio Bianchi, diretor da Agenfor, uma das agências que integram a Feder-

bio, o objetivo é educar e informar o mercado dos dois países para que os produtos orgânicos passem a fazer parte da rotina dos consumidores, importadores e operadores de food service. “Nós não vendemos produtos, e sim nos preocupamos com a educação e um estilo de vida mais saudável”, afirma Bianchi. Para reforçar isso, os organizadores convidarão dez empresários brasileiros e dez norte-americanos para um curso sobre biológicos na Itália e uma visita à feira Sana. A campanha será espalhada também pela América do Sul, já que serão convidados importadores, distribuidores e atacadistas argentinos, peruanos, paraguaios, colombianos e chilenos. “Achamos importante, ainda, disseminar conhecimento para médicos, principalmente

pediatras, ambientalistas, nutricionistas, imprensa e demais envolvidos do setor; para isso, estamos pensando em realizar palestras e seminários sobre o tema”, explica Bianchi.

O futuro pertence aos orgânicos?

As evidências científicas que comprovam os benefícios nutricionais dos alimentos orgânicos foram esclarecidas em apresentação do dr. Domenico Tiso como parte de uma série de palestras ocorridas em Rimini, cidade litorânea vizinha de Bolonha. Em pesquisas realizadas, foi comprovado que a incidência de câncer e pressão alta cai consideravelmente com o consumo de produtos orgânicos devido aos índices elevados de antioxidantes contidos nos produtos que compõem a dieta. Para Tiso, os médicos estão acostumados a falar sobre doenças e não sobre saúde, o que é um erro. “A palavra-chave é prevenção, é a dieta mediterrânea sendo aplicada para influenciar em um modo de vida mais saudável como um todo: alimentação, físico e ambiente; o que é proposto aqui é um novo hábito de vida”, afirma Tiso.



A educação e a informação são os dois maiores objetivos do projeto, afirma Sérgio Bianchi, da Agenfor.



Internacional

Símbolo pelos orgânicos

Um dos símbolos utilizados pelo projeto BioBenessere é a primeira-dama dos Estados Unidos, Michele Obama, adepta do consumo de produtos orgânicos. Desde a eleição de Barack Obama para a presidência, Michele tem reforçado que uma de suas causas preferidas é a busca por hábitos alimentares mais saudáveis. A primeira-dama cultiva uma pequena horta de produtos orgânicos no jardim da Casa Branca, que tem por objetivo confrontar simbolicamente a obesidade infantil e outros problemas causados pela crescente expansão das redes de fast-food no país. "Ela já está convidada para participar da Sana 2009", afirma Paolo Carnemolla, presidente da Federbio.

De acordo com o economista agroalimentar ph.D Gian Luca Bagnara, a proposta do projeto BioBenessere vai muito além do simples ato de alimentar-se. "A combinação de alimentos tradicionais da dieta mediterrânea, preparados com técnicas regionais de cocção, criam uma forma de alimentação ligada também à formação cultural", resume. Tiso reforçou a ideia de Bagnara ao expor alguns dados dos malefícios do consumo exagerado de fast-food e da importância do marketing para disseminar a alimentação saudável. "Nossa pesquisa mostra que entre 95% e 99% das propagandas televisivas abordam alimentos não saudáveis; 25% das crianças até oito anos assistem, por ano, a 31.500 comerciais; a

influência não está sendo nada boa", afirma. O estudo de Tiso afirma que, em muitos casos, porções de alimentos encontrados em lojas famosas de fast-food apresentam, de acordo com dados da Organização Mundial de Saúde (OMS), 409% a mais de sódio do que o recomendado para crianças de quatro a seis anos.

Tiso prosseguiu com os dados de sua pesquisa constatando que 72% das escolhas da alimentação das crianças são feitas pela mãe e ela deve estar consciente de como vai alimentar seu filho. "80% das mães de crianças obesas também sofrem do mesmo mal", constata. Outro





Internacional

dado assustador é a diferença de porções de alimentos não saudáveis: em 1954, quando começou a ser comercializado, o hambúrguer pesava em média 100 gramas, em 2002, ele já pesava até 360 gramas. O excesso de aditivos e colorantes é outra preocupação da Federbio. "Ingredientes como esses, quando em excesso, causam hiperatividade, formam pessoas agitadas e mais estressadas; uma coisa leva à outra", explica o médico. Para Bagnara, a opção oferecida pela Federbio é urgente e necessária para a desaceleração obrigatória pela qual todo o mundo está passando. "As pessoas precisam parar e pensar; hoje, o mundo é mal nutrido: os ricos comem errado e os pobres não têm o que comer", resume.

A Federbio acredita que a disseminação da dieta mediterrânea e

dos produtos orgânicos é uma saída até mesmo para o momento turbulento pela qual a economia mundial passa. "A má alimentação gera uma equação simples de se entender: baixa qualidade nutricional, que leva a doenças degenerativas, que resulta em um uso excessivo do sistema de saúde, com gastos que poderiam ser evitados caso as pessoas não se alimentassem de forma equivocada", explica Bagnara.

O potencial da produção orgânica na Itália cresce a índices de 1.100%, enquanto a produção de alimentos tradicionais caiu 44% no último ano. A tendência reforça a importância do país europeu no setor: são 50.276 produtores cultivando em uma extensão de 1 milhão de hectares, o que corresponde a 9% do território. A Itália, maior país exportador do mundo em orgânicos, é líder na produção de cereais,

frutas, vegetais, azeite e arroz. "Estamos sentindo uma clara tendência à mudança de concepção das indústrias; muitas delas deixaram de fazer alimentos da forma tradicional para se tornarem fazendas produtoras de biológicos", afirma Paolo Carmollà, presidente da Federbio.

Três canais se destacam nas vendas de biológicos na Itália: 50% da comercialização é realizada em canais especializados, 25%, em distribuição geral e 13%, no food service, que cresce de maneira consistente nos últimos anos. "Nossos números são consolidados, agora queremos chegar a outros países; para isso, estamos realizando programas de marketing, treinamento de pessoal e promoção em feiras, inicialmente no Brasil e nos Estados Unidos", conta Bianchi.

Como conquistar o selo na Itália

A Federbio regula e estipula regras para que os alimentos sejam considerados orgânicos na Itália. Quando passa por todas as inspeções, o produto recebe um selo certificador da União Europeia (UE) e pode ser





Orgânicos X Naturais



Selo que identifica os produtos orgânicos na União Europeia

Não se engane, produtos naturais não são necessariamente orgânicos. A agricultura orgânica tem como princípio a produção de alimentos sem adubos químicos ou agrotóxicos. Utilizam-se técnicas de manejo que permitem a rotação de culturas, a conservação do solo, sem causar interferências no ecossistema. São levados em conta o ciclo espontâneo da natureza e a saúde humana. Os produtos naturais são produzidos, na maioria das vezes, de forma convencional, nem sempre obedecendo aos critérios estabelecidos na produção de produtos orgânicos.

comercializado com os dizeres "produto em período de conversão" e, só depois de provar que não mudou sua forma de produção, pode ser vendido como alimento orgânico definitivamente. Nesse meio tempo, são realizadas inspeções periódicas nas fazendas e indústrias: todas as regras devem ser sempre seguidas para que o produto não perca seu selo.

No caso dos produtos animais, não existe um período de conversão e, portanto, demora mais tempo para que se conquiste o selo. Para isso, é necessário respeitar todas as regras

de bem-estar animal e de rastreabilidade, praticando um abate sustentável e com engorda e cura de doenças baseadas em produtos naturais. Em resumo, segue-se o seguinte roteiro: ingresso no sistema de controle para obtenção do certificado, inspeção periódica, testes de conformidade e, caso haja problemas, ações corretivas. Todos esses passos são filtrados por diversos agentes, como organismos privados de controle, Polícia Federal para Políticas Agrícolas, Ministério da Política Agrícola, Alimentar e Florestal, além de uma Comissão Europeia, ligados diretamente à União Europeia. "Esse sistema está consolidado na Itália e, em 2010, estará valendo para todos os países da União Europeia", afirma Carnemolla.

De acordo com Carnemolla, o objetivo final da Federação e da União Euro-

peia é a sustentabilidade da produção e o bem-estar do consumidor. "Não incentivamos o produtor a vender, nosso papel é monitorá-lo e certificá-lo, além de criar um planejamento estratégico para disseminarmos a cultura da alimentação orgânica e da dieta biomediterrânea", comenta. Todo o processo de certificação demora cerca de dois meses. A avaliação abrange toda a cadeia produtiva: desde a logística de distribuição até a venda do produto.

O Brasil e o food service

Um dos responsáveis pela promoção do projeto no Brasil, Paulo Edoardo Coti-Zelati, do ICE – Instituto Italiano para o Comércio Exterior, acredita que o projeto tem tudo para dar certo no Brasil. "Se comparados com a Itália, temos de admitir que ainda estamos engatinhando no setor de produtos orgânicos, mas, por outro lado, estamos abertos e essa cultura cresce a olhos vistos no nosso País."

O Escritório Regional do Sebrae-SP, no sudoeste de São Paulo, projeta um crescimento usado para a Cooperativa de Produtores Orgânicos (Cooperorgânica) em 2009. Se, em 2008, com 191 produtores, o faturamento foi de R\$ 800 mil, neste ano, com 650 agricultores, a previsão é de chegar a R\$ 3 milhões. Analisando tal panorama, Coti-Zelati acredita que a cultura da dieta biomediterrânea irá sim funcionar no mercado consumidor brasileiro. "Particularmente, achei o projeto muito bem estruturado, bem desenhado e bem assessorado pelas organizações responsáveis", resume.

Para Coti-Zelati, diferente dos Estados Unidos, os consumidores brasileiros só precisam ser educados para uma alimentação mais saudável e baseada em produtos orgânicos. "Nos Estados Unidos, é mais complicado, será necessário uma reeducação alimentar,



Paulo Edoardo Coti-Zelati, do ICE – Instituto Italiano para o Comércio Exterior, espera que, com o convite para visitar a Sana, os operadores brasileiros tenham uma melhor compreensão do projeto



Uma

Arte

a ser disseminada



O bairro de Borgo San Giuliano, na cidade italiana de Rimini, fez parte da vida e de muitos dos filmes de Federico Fellini (1920-1993), um dos maiores gênios da história do cinema mundial. As construções do bairro prosseguem da mesma forma como o olhar e a sensibilidade do diretor italiano – que nasceu e está enterrado em Rimini – captaram na época de suas filmagens. Entre as ruas estreitas e as casas do início do século 20, um pequeno restaurante de esquina se destaca. Foi lá que o jornalista norte-americano James Townsend e eu mergulhamos durante uma semana na dieta biomediterrânea e no slow food propostos pelo programa BioBenessere.

Nos cinco dias em que jantamos no restaurante Osteria del Borgo, considerado como a principal opção gastronômica da cidade, nenhum dos encontros durou menos que quatro horas. Chegávamos às oito horas da noite e saíamos, no mínimo, depois da meia-noite. Nesse meio tempo, o garçom fazia questão de nos explicar quais eram as opções de entradas, pratos, vinhos, sobremesas, cafés e licores que seriam servidos. Era quase como um monitor de museu que ensina pacientemente aos visitantes a técnica e a história de determinados pintores.

A cada dia, nos era apresentado um produto orgânico diferente, entre queijos, azeites, pães, vinhos, massas, carnes, vinagres balsâmicos e até amendoins. A intenção da Federação Italiana de Agricultura Biológica e Biodinâmica (Federbio), que estava nos oferecendo aqueles banquetes, era a de demonstrar a qualidade dos produtos e a importância de sentar-se à mesa e envolver-se em uma experiência sensível. Pelo menos, em Rimini, ficou provado que a falta de tempo e a correria do excesso de trabalho durante o dia não atrapalham o sagrado ato de alimentar-se. Após mais de oito horas de palestras e visitas técnicas, seguíamos para o restaurante e, a partir do momento em que nos sentávamos à mesa, o cansaço e qualquer outra preocupação se dissipavam.



Além disso, o que importa na cultura do slow food não é se o restaurante é caro ou cheio de glamour: a atenção se fixa em uma boa conversa e na apreciação de uma comida de qualidade, degustada sem pressa e sem vaidades. Alimentar-se é, assim como os filmes de Fellini, uma arte. Diferente da alimentação costumeira – em que só o que importa é a praticidade e a rapidez –, em Rimini, tudo era feito sem atropelos. Como foi afirmado nas palestras a que James e eu assistimos na Itália, a alimentação, na maior parte do mundo nos dias de hoje, é quase uma obrigação: as pessoas se assemelham a máquinas que precisam ser abastecidas para prosseguirem funcionando. A ousada proposta italiana é reverter esse modelo e revolucionar a forma como as pessoas, no Brasil e nos Estados Unidos, encaram a alimentação.

E não há formas de não ser conquistado pela ideia. Os produtos orgânicos oferecidos no Osteria de Borg possuem características organolépticas de qualidade muito superiores aos alimentos normalmente produzidos com a ajuda de pesticidas e químicos. As cores são mais vivas, o sabor mais acentuado, o cheiro mais presente e a textura mais rica. Quem se atenta aos detalhes, percebe que o que está sendo consumido é algo muito mais enriquecedor à saúde e ao prazer. A digestão de alimentos biológicos, sem dúvida, é muito melhor para o organismo humano, além do fato de contribuir à urgente preservação do meio-ambiente: não há como refutar os argumentos e as pesquisas apresentadas pelos médicos e especialistas italianos.

www.nhilogosumatefocadibio.com.br

São dois os principais problemas que podem dificultar, mas de maneira alguma impossibilitar, o sucesso do projeto no Brasil: preço e cultura. Por causa da preocupação com a qualidade em detrimento à quantidade de venda, o preço dos produtos orgânicos chega a ser 40% mais caro. O respeito ao fluxo da natureza, obedecendo à sazonalidade dos produtos, também ocasiona falta de determinada matéria-prima em alguns períodos do ano. Na parte cultural e educacional, não formamos ainda consumidores potenciais e conscientes para esse mercado tão promissor. Essa, aliás, é uma tarefa que é levada a sério pelos promotores do projeto, que iniciarão uma grande estratégia de disseminação dessa cultura durante os quatro dias da Fispal Food Service. Mas da mesma forma que um jantar em Rimini ou um clássico filme de Fellini, as melhores coisas da vida não podem e nem devem ser feitas com pressa e afobação. Em Rimini, o tempo parece mesmo passar mais devagar... ■



André Toso é jornalista da Brazil Trade Shows e foi convidado pelo Instituto Italiano para o Comércio Exterior (ICE) para conhecer o projeto BioBenessere nas cidades de Bolonha e Rimini

Labsynth

Empresa Certificada
ISO 9001
ISO 14001

Fabricando e Distribuindo:

Matérias-Primas
Reagentes Analíticos
Equipamentos
Acessórios para Laboratórios

Acetato de Sódio
Ácido Cítrico Anidro
Ácido Lático 85%
Ácido Tartárico
Álcool de Cereais
Bicarbonato de Potássio

*Lista Parcial
Consulte-nos

Synth

Matérias-Primas Alimentícias

Carbonato de Cálcio
Citrato de Cálcio
Citrato de Sódio
Citrato de Potássio
Cloreto de Magnésio
Cloreto de Potássio Free Flow
(para produção de Sal Light)
Dióxido de Titânio
Fosfato Monopotássio MKP
Fosfato Dipotássio - DKP
Fosfato Dissódico Anidro - DSP
Fosfato Monocálcio - MCP
Fosfato Monossódico - MSP
Fosfato Tricálcio - TCP
Fosfato Trissódico Dodecahidratado - TSP
Lactato de Cálcio
Lactato de Zinco
Metabissulfato de Sódio
Nitrato de Sódio
Sulfato de Cálcio
Sulfato de Magnésio
Sulfato de Manganês (OSO) U.S.P.
Sulfato de Potássio Anidro F.C.C.
Sulfato de Sódio Anidro

Ofertas da Edição

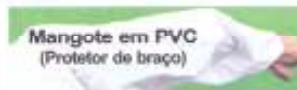
Mangote em TNT 20gr
(Protetor de braço)



Tamanho único
Pacote com
100 unidades

R\$ 23,77 pch
COMPRAR

Mangote em PVC
(Protetor de braço)



Tamanho
único

R\$ 6,85 par
COMPRAR

Propé Plástico
(Sapatilha)
Transparente



Pacote com
50 pares

R\$ 11,27 pch
COMPRAR

Labsynth Produtos para Laboratórios Ltda

Condições de Pagamento:
Forma de pagamento: 28 dias
Faturamento mínimo: R\$ 200,00
Prazo de Entrega: Imediato
Frete por conta do Cliente.
Preços válidos até 30/04/2009
ou até o término do estoque.

Loja Virtual

Synth.com

www.lojasynth.com

Tel. (11) 4072-6100
vendas@synth.com.br