



Lucia Faria

Inteligência em Comunicação

Data: 20/05/2009

Página: www.dcomercio.com.br

Seção: Economia

diáriodocomércio

FEIRA DA APAS APRESENTA LANÇAMENTOS DA NOVA GERAÇÃO DE UMA TENDÊNCIA: PRODUTOS NATURAIS.

UMA ALIMENTAÇÃO MAIS SAUDÁVEL

Patrícia Büll

A alimentação saudável continua alvo dos fabricantes de alimentos. Ao menos dos que participam da Feira Apas, realizada pela Associação Paulista de Supermercados, e que reúne, até amanhã, 400 expositores. Alimentos livres de gordura trans, iogurtes funcionais e soja ganham cada vez mais espaço nos rótulos dos produtos. "Vivemos um momento de consolidação de tendências baseadas na alimentação saudável. Tanto que entre os 400 expositores, não há nenhum item que seja novidade, todos os lançamentos fazem parte de categorias que as empresas desenvolvem nos últimos anos e pretendem reforçar", disse Martinho Paiva Moreira, vice-presidente de comunicação da Apas.

Em sua opinião, as empresas vão investir menos por conta da crise. "É mais fácil conquistar espaço com produtos já consolidados do que arriscar em lançamentos", afirmou. É nisso que aposta a Yoki, que reforçou na feira a sua linha de produtos Mais Vita. Lançados no ano passado, os sucos da marca já ocupam o segundo lugar no ranking de bebidas à base de soja. Aproveitando o apelo das festas juninas, a marca lançou a bebida de soja sabores paçoquinha e milho, e também as versões de chá verde com limão e com hortelã. "Muito antes da alimentação com apelo de saúde entrar na pauta, a Yoki já produzia a linha Mais Vita, feita com grãos de soja", disse Gabriel Cherubini, vice-presidente da marca.

Já a Predilecta lançou na feira o selo "100% natural", que irá acompanhar a embalagem

de todos os seus produtos, que não levam conservantes e nenhum tipo de aditivo. De acordo com Rogério Byczyk, gerente de marketing, todos os molhos de tomate e suas variações, além de algumas frutas enlatadas, já levam o selo. "Optamos por uma tecnologia que permite o uso natural da matéria-prima, porque essa é uma tendência das pessoas: ter uma alimentação saudável, já que todo o resto é sintético", disse.

Também a Linea Sucralose fez o pré-lançamento de sucos em pó com sucralose, mesma composição de seus adoçantes, que vem da cana-de-açúcar mas não é absorvido pelo organismo, o que torna seu consumo indicado para qualquer pessoa, inclusive diabéticos, crianças e gestantes. Toda



Paçoquinha, milho e macarrão de arroz: primeiro a saúde.

nossa linha de produtos – composta por barra de cereais e de proteína, shakes, gomas e adoçantes – tem sucralose em sua composição, o que a torna extremamente saudável", explicou Alessandra Fonseca, gerente de marketing. Segundo ela, os produtos com apelo saudável têm mantido o crescimento

na participação do mercado apesar da crise, o que fez a empresa apostar nos sucos.

Já a Urbano, tradicional produtora de arroz, decidiu ampliar o uso de sua matéria-prima e lançou o macarrão de arroz. Entre os benefícios do produto está o fato de não conter glúten em sua composição, ao contrário das massas tradicionais. "Isso possibilita que os celíacos – pessoas que têm intolerância ao glúten – possam apreciar uma boa massa. Outra vantagem é que ele libera energia mais lentamente do que o macarrão tradicional, tornando a sensação de saciedade mais prolongada", disse Janini Franzner, engenheira de alimentos da empresa.

Foto: Pablo de Sousa/Luz



Na feira da Apas, 400 expositores mostram os avanços para a mesa dos brasileiros. Nada novo, mas com altos valores agregados.