

O SUCESSO DO AZEITE

507%

Este é o índice de crescimento registrado, apenas durante o ano de 2012, pela marca de azeite extra virgem Cardeal, da Bunge Brasil. Com a alta demanda no mercado de azeites, que segundo dados da empresa de pesquisas Nielsen, aumentou 16% entre 2011 e 2012, a empresa amplia seus investimentos para 2013.

A partir de março, o

azeite Cardeal começa a ser distribuído em nova garrafa, que reforça o posicionamento da marca na categoria *premium* de azeites. O formato da embalagem, até então inédito no Brasil, foi importado da Europa e é inspirado no mercado de bebidas e seu rótulo em relevo destaca a sofisticação da imagem do produto. O investimento na novidade representa 50% do total previsto para a marca ao longo deste ano.

As primeiras novas garrafas de Cardeal chega-



ram ao Brasil em março e podem ser adquiridas, com exclusividade, na loja online. O azeite Cardeal, de origem mediterrânea, é o único do mercado que oferece quatro variações de acidez máxima (0,2%, 0,3%, 0,4% e 0,5%), com sugestões para harmonização culinária no rótulo. Além da venda online, a novidade também estará disponível nos melhores pontos de vendas do Brasil.

www.azeitecardeal.com.br

MARCOMAR É A EMPRESA MAIS LEMBRADA PELO MERCADO FOODSERVICE, DIZ PESQUISA



A Marcomar é a marca mais lembrada na categoria "Peixes e frutos do mar", segundo uma pesquisa feita pela revista *Cozinha Profissional*, um dos principais veículos do segmento *foodservice*. O levantamento foi realizado a partir da opinião de profissionais do setor, que puderam citar nomes de empresas com atuação qualificada em diversas áreas do mercado de alimentação.

"É incrível ser lembrado em uma pesquisa que é feita sem indução, ou seja, onde cada profissional cita espontaneamente a marca que julga ser mais qualificada. Estamos muito felizes por esse reconhecimento", fala Nilson Marques Junior, diretor superintendente da Marcomar.

A Marcomar, especialista em pescados de alta qualidade com atuação nacional, atua há mais de 12 anos no mercado de *foodservice*, com solidez e excelência da origem ao fornecimento. Com mais de 4 mil clientes ativos, entre hotéis, restaurantes, supermercados e redes de *fast food*, a empresa comercializa anualmente cerca de 8 mil toneladas de peixes e frutos do mar frescos e congelados, nacionais e importados.

www.marcomar.com.br



ALTA DO TOMATE

JÁ AFETA O BOLSO NA HORA DA PIZZA

Comer uma saborosa pizza no fim de semana já está pesando mais no bolso. Em alguns estabelecimentos, aquelas que levam rodelas de tomate tiveram acréscimo entre R\$ 0,50 e R\$ 1. Tudo isso por conta do crescente aumento do preço do fruto - vendido a R\$ 10 em média. Em apenas uma semana a Pizzaria do Gino, de São Bernardo do Campo, SP, gastou R\$ 480 em tomates. Na Bonna Pizza, de Santo André, SP, os gastos aumentaram tanto que o repasse aos clientes foi inevitável. A saída para diminuir as despesas na Pizzaria Vila Romana, também localizada

no município andreense, foi trocar o molho fresco pelo extrato em lata. Além disso, como o estabelecimento serve almoço por quilo, a salada de tomates foi extinta. A Magia Pizza, de São Caetano do Sul, SP, diz estar acostumada com essas altas repentinas do fruto, mas confessa que nunca viu "preço tão absurdo". O local chegou a pagar R\$ 126 por 20 quilos do fruto e reclamam que, além de caro, o alimento não estava com boa qualidade. Buscando alternativas, a Pizzaria Castelo, de Mauá, SP, decidiu misturar o tomate fresco com o extrato enlatado ao fazer o molho. A pizzaria



está tentando equalizar os itens, assim não precisa elevar os valores e o sabor continua igual. Rodelas em cima da redonda, só quando está descrito no cardápio. Segundo os donos de pizzarias, o molho de tomate já responde por cer-

ca de 12% do preço da pizza. Há um ano representava 4%. Hoje, se a pizza custa R\$ 50, R\$ 6 são provenientes só do molho. Outros 30%, recheio, e 5% da massa. Os 53% restante somam gastos com impostos, mão de obra, embalagem etc.

PizzaJET

"O jeito mais inteligente de assar pizza"



✓ Gabinete funcional em aço inox, 1,20 x 0,70 mt, com rodízios.

✓ Acoplado com um forno Pizzajet a gás GLP.

✓ Ideal para buffets, hotéis, pousadas, eventos, etc.

✓ Opcionalmente pode funcionar em 12 volts.



MassaJET



- ✓ Pronto para usar em 12 minutos.
- ✓ Pannel Digital.
- ✓ Acendimento e controle automático de temperatura.
- ✓ Lastro projetado para assar pizza
- ✓ O único com a função stand-by.
- ✓ Timer sonoro.
- ✓ Duplo sistema de segurança.
- ✓ Baixo consumo de gás - aprox. 200gr/h.
- ✓ GLP / Gás Natural.

A GÁS



Peso 25 kg
Tamanho 52 x 62 cm

**PIZZA PRONTA EM 2 MINUTOS
COM A QUALIDADE DO FORNO A LENHA**

Pizzarias Hotéis Condomínios
Padarias Supermercados Buffets

Rua Pirituba, 121- Mirandópolis - São Paulo - SP
Tel. 11 2578-6711
pizzajet@pizzajet.com.br
www.pizzajet.com.br

LEARDINI: SABOR E PRATICIDADE QUE VEM DO MAR



Dedicada à expansão do consumo de peixes e frutos do mar no Brasil, a Leardini apresenta as Tortinhas de Camarão e Tortinhas de Salmão, duas saborosas e nutritivas opções de entradas prontas para adicionar no cardápio de qualquer cantina ou pizzeria.



Comercializadas em unidades de 160g em embalagens individuais congeladas, as tortinhas são recheadas nos sabores camarão com creme ou salmão com creme, em massas artesanais pré assadas de rápido preparo. As tortinhas podem ser servidas como entrada, ou mesmo como um prato individual acompanhado de salada, por exemplo. Para levar o sabor do mar para a mesa, basta retirar a torta de sua embalagem e aquecer por dois minutos em forno microondas.

Fundada em 1988 em Navegantes, SC, a Leardini é hoje uma das maiores fornecedoras de pescados do Brasil. Com frota própria de barcos, centro de armazenagem e distribuição certificados dentro dos mais rígidos padrões internacionais de segurança e qualidade, a empresa exporta suas linhas de pescados frescos, processados e congelados para países da Europa, Ásia e América do Norte. www.lear dini.com.br



COMIDA A UM CLIQUE

FACILIDADE ESTÁ ATRAINDO OS BRASILEIROS, AFIRMA ESPECIALISTA EM GESTÃO DE GASTRONOMIA

Depois de presenciarem a crescente expansão do comércio eletrônico no Brasil, agora é a vez dos restaurantes entrarem nesse nicho. Segundo pesquisa da empresa GS&MD, 59% dos brasileiros pedem comida em casa. “É natural que estes estabelecimentos queiram usar a internet para ampliar seu leque de clientes e proporcionar mais comodidade para quem quer comer e está perto de um computador ou smartphone”, afirma Adri Vicente Junior, diretor da Food Service Company, empresa de planejamento, concepção e execução de empreendimentos gastronômicos. Além das iniciativas individuais de cada restaurante, que disponibilizam seu cardápio pelo site e aceitam pedidos online, outras ferramentas estão surgindo no mercado. É o caso dos sites que reúnem uma gama de estabelecimentos diversificados, nos quais o cliente informa seu endereço e escolhe o tipo de comida que deseja - árabe, italiana, chinesa, por exemplo. O pedido é imediato e o tempo do delivery é o mesmo que no modelo tradicional, por telefone, com o diferencial que o cliente clica diretamente sobre o cardápio e já adiciona os itens ao seu carrinho de compras. Outra novidade, segundo relata o diretor da Food Service Company, são os aplicativos para celular que permitem fazer o pedido de delivery online. “O cliente acessa pelo smartphone e o aplicativo já disponibiliza quais opções de entrega existem em sua região. Os dados ficam armazenados e no próximo pedido já não é preciso digitar novamente. É ainda mais prático, pois não requer o uso de um computador”, relata Vicente Junior.

Localizada em São Paulo, a Food Service Company é a única empresa do Brasil especializada em entregar restaurantes, refeitórios e hotéis completamente prontos, em um “pacote cheio”, incluindo planejamento financeiro (de custos e receita, por exemplo), sem que o proprietário precise se desgastar atrás de fornecedores e mão de obra ou se preocupar se o negócio dará certo. Especializada na área de gastronomia, a empresa está há 24 anos no mercado. Recentemente focou suas atuações em avaliações de negócios e, assim que aprovados, na entrega total deles. A lista de clientes da empresa inclui nomes de peso na gastronomia nacional, como Fran’s Café, Dulca, Café do Ponto, Pizza Hut, Sadia e Vivenda do Camarão. Mas, nos últimos anos, com o crescimento da economia brasileira, empresas de outras áreas e novos empreendedores têm procurado os serviços.

PIZZA MAIS ARDIDA DO MUNDO É TRÊS VEZES MAIS FORTE QUE O SPRAY DE PIMENTA USADO POR POLICIAIS

A pimenta pode ser o diferencial em alguns pratos, o sabor picante agrada muitos paladares, porém para encarar a chamada “Sizzler Saltdean”, considerada a pizza mais apimentada do planeta, é preciso ter coragem e estômago forte. Segundo os recentes testes realizados pela Universidade de Warwick, na Inglaterra, a pizza é três vezes mais ardida que o spray de pimenta utilizado pela polícia. O responsável pela invenção foi Paul Brayshaw, dono de uma pizzeria em Saltdean, Inglaterra, que confessou ser um fanático por comidas picantes. Depois de abrir sua pizzeria, Paul decidiu incluir um desafio no menu, e trabalhou para fazer a pizza mais apimentada possível. A receita, além de conter os

ingredientes tradicionais, como a massa, queijo mussarela, extrato de tomate e o molho de ervas acrescenta pedaços generosos da “pimenta fantasma”, conhecida por ser a pimenta mais forte do mundo, 15 vezes mais ardida que a malagueta. Ao todo 1.300 pizzas foram vendidas, desde o ano passado quando foi incluída no cardápio. São raros os clientes que conseguem comer todas as

fatias, apenas oito homens e uma mulher conseguiram comer todas as seis fatias da pizza apimentada. “A ardência começou antes mesmo de eu morder a fatia, e minha boca pegou fogo assim que a pizza tocou meus lábios”, disse Christopher Barnard, que desistiu da comida depois da primeira garfada. Após servir a pizza, Paul oferece aos clientes, que muitas vezes não aguentam comê-la, sorvete de graça para aliviar o gosto.

A escala de Scoville é usada para medir o grau de ardência nas pimentas, e para a pizza Sizzler Saltdean ser considerada a pizza mais apimentada do mundo pelo

Guinness Book of Records, ela precisaria chegar a marca de 1 milhão de unidades Scoville. Após uma série de testes, os cientistas da Universidade de Warwick chegaram à conclusão que a pizza alcançava 3,2 milhões na escala Scoville, ou seja, três vezes mais forte que o spray de pimenta da polícia. O próprio inventor da receita admitiu que não consegue terminar duas fatias sem sentir os efeitos.

“Não senti prazer nenhum. Apenas dor. Era insuportável. Eu estava com medo de engolir. A dor diminuiu após 20 minutos, mas depois a dor de estômago começou. Eu nunca faria isso de novo”, completa Christopher Barnard, de 28 anos, um dos corajosos que enfrentou o desafio de comer a Sizzler Saltdean.



CONHEÇA O “MULTI-PIZZAS” E AUTOMATIZE SEU FORNO A LENHA, MANTENDO AS SUAS CARACTERÍSTICAS ORIGINAIS

- SUA PIZZARIA MUITO MAIS PRODUTIVA DA NOITE PRO DIA.
- ELIMINA PROBLEMAS DE VAZAMENTO/RASGO DA PIZZA.
- O TRADICIONAL SABOR DA PIZZA É MANTIDO.
- AGORA O FORNEIRO NÃO PRECISA MAIS FICAR GIRANDO AS PIZZAS.
- RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO ESTIMADO DE 3 A 5 MESES (PARA PIZZARIAS DE MÉDIO E GRANDE PORTE)



ENTRE EM CONTATO E AGENDE UMA VISITA

(11) 4941.1911

ASSISTA NOSSO VÍDEO ACESSANDO AO SITE:
www.pizzariaetecnologia.com.br
pizzariaetecnologia@pizzariaetecnologia.com.br

MARCOMAR USA SALMÃO PARA RECHEAR MASSA FOLHADA



Para que as deliciosas massas folhadas sejam consumidas sem culpa, a Marcomar sugere usar o salmão, peixe sabroso e de alto valor nutritivo, como recheio. A combinação garante sabor e tranquilidade a quem se preocupa em manter uma alimentação balanceada, pois cada porção contém apenas 90 kcal. Confira a receita criada pela Marcomar, especialista em pescados de alta qualidade.

FOLHADO DE SALMÃO

Rendimento: 5 porções
Tempo de preparo: 30 minutos
Calorias: 90 kcal/porção

Ingredientes:

300g de salmão para recheio Marcomar;
3 colheres de sopa de cheiro verde picado;
1 dente de alho picado;
½ cebola picada;
1 colher de chá de sal;
1 colher de café de pimenta do reino;
2 colheres de sopa de manteiga sem sal;
1 colher de sopa de farinha de trigo;
1 gema para pincelar;
1 embalagem de massa folhada congelada.

Modo de Preparo:

Em uma frigideira refogue os temperos e junte o salmão deixando ferver. Polvilhe a farinha de trigo e mexa bem. Ajuste o sal, se necessário, e reserve. Abra a massa folhada com o rolo seguindo as instruções da embalagem. Corte retângulos de 8 x 10 cm e recheie com o salmão. Feche formando um "travesseiro" e pincele com a gema para dar acabamento. Asse em forno moderado por 10 a 15 minutos, até dourar.

GALLO PROMOVE RITUAL DA TIBORNA EM RESTAURANTES DE SÃO PAULO E RIO DE JANEIRO



Uma parceria do azeite Gallo com 25 renomados restaurantes de São Paulo e do Rio de Janeiro levou um pouco da tradição portuguesa para essas cidades. Entre 30 de janeiro e 02 de fevereiro os frequentadores desses restaurantes puderam participar do Ritual da Tiborna com o Gallo Azeite Novo - Primeira Colheita 2012-2013 -, que consiste na degustação do sabor único do azeite da primeira colheita, com pão acabado de sair do forno e outros ingredientes, tais como flor de sal, açúcar e canela. Esse azeite é considerado o mais *premium* da marca. É produzido com as primeiras azeitonas da safra que são colhidas ainda verdes, dando origem a um azeite de propriedades raras com aroma fragrante, sabor marcante, picante e com notas de ervas frescas e de frutos secos, que proporcionam uma experiência de degustação singular. Ideal para quem aprecia a per-



feição que só um azeite com essas características pode proporcionar.

Os restaurantes de São Paulo foram: Badaró (Shopping Morumbi), Barbaoca (Shopping Morumbi), Casa Pizza, Farabbud, Ghee Restaurante, Kontanz, Manish, Na Cozinha, O Bolinha, Per Paolo (Perdizes), Per Paolo (Pinheiros), Per Paolo (Vila Mariana) e Spago; e no Rio de Janeiro: Beertaste, Demas e Divas, Dom Hélio, Espírito do Chopp, Frontera Leblon, Galetto Garnizé Chopp, Gallo Carioca Barra, Gallo Carioca Recreio, Mensateria, Nomangue Barra, Nomangue Copacabana e Rei do Bacalhau da Ilha.

O Azeite Novo conquistou diversas premiações, inclusive o de Melhor Azeite do Mundo no Prêmio Internacional Mário Solinas 2010 e 2011, organizado pelo COI - Conselho Oleícola Internacional. www.galooliveoil.com



DOMINO'S NOVA EMBALAGEM CRIADA PELA CRISPIN PORTER + BOGUSKY

O objetivo da caixa é destacar o processo artesanal de produção! Já há alguns anos, a Domino's vem tentando se reinventar e explorar seu comprometimento com a qualidade e transparência. A campanha da Crispin Porter + Bogusky colaborou muito com isso, é claro, mas a empresa de fato promoveu uma grande mudança em seus produtos. É por isso que essa nova embalagem de pizza, também criada pela agência, traz a inscrição "3 years in themaking". A tipografia ornamentada procura destacar que a pizza é feita como um trabalho artesanal, com massa feita na hora, sem nenhum ingrediente congelado. O fato da caixa ser na cor preta, imediatamente lembra a outra empresa americana Jack Daniel's, que segue a mesma linha visual em suas campanhas, mas no segmento de *fast food* certamente foge da multidão.



FOLHA DE LASANHA VERSATILE: PRATICIDADE, RAPIDEZ E ECONOMIA.

6 MESES SEM REFRIGERAÇÃO



Massa fresca, de rápido preparo, ideal para preparar uma variedade de pratos: Lasanha, Caneloni, Rondelas, Capeleti, Ravioli, Talharim, Espaguete etc.

CONHEÇA DETALHES E MODO DE PREPARO NO ZINI.COM.BR
Visite também o site da ZINI Itália e aprecie o que tem do mais refinado no mundo das massas para pizzarias e restaurantes. www.pastazini.it

ELEGÊ APOSTA EM MOLHOS COM SABORES VERSÁTEIS

A Elegê, marca de grande volume e abrangência nacional da BRF, lançou dois novos sabores de molhos prontos: strogonoff e funghi. “São opções que permitem agilizar o preparo de pratos e torná-los mais versáteis”, ressalta Luciane Matiello, diretora de marketing do segmento de lácteos da BRF. As novidades ampliam o portfólio da marca, que já conta com os molhos branco, quatro queijos e madeira. Os produtos serão comercializados em todo o Brasil em embalagens de 200 gramas.

Marca de volume e abrangência nacional da BRF, a Elegê oferece uma linha completa de leites, que inclui as versões UHT Integral, Semidesnatado, Desnatado e Leites Especiais (ferro, cálcio, baixo teor de lactose), além de leite em pó lata e sachê. A marca também produz bebida láctea, doce de leite, leite condensado, creme de leite, molho e requeijão. Mantém também a linha Bob Esponja, dedicada ao público infantil. Entre os produtos comercializados estão: petit suisse, aromatizados (chocolate e morango), flan, leite fermentado, entre outros. www.elege.com.br



PESCADOS GOURMET DA LEARDINI

Com o lançamento da linha gourmet de congelados de peixe e frutos do mar com a marca Cavalo Marinho, a Leardini consolida a sua proposta de incrementar o consumo de pescados no Brasil, com alimentos de alta qualidade e fácil preparo.

As variedades de congelados contemplam peixes nobres como linguado, congrio, rosa, abadejo, merluza e pescada cortados em filés sem pele, além de cação em postas, cuidadosamente selecionados e acondicionados em embalagens de 500g, facilitando a vida de quem quer trazer os melhores sabores do mar para a mesa, com todos os benefícios saudáveis associados ao consumo de peixes e frutos do mar.



Voltada para o segmento de consumidores premium, a linha Cavalo Marinho gourmet - tradicional marca do segmento e que foi adquirida pela Leardini em 2011 - traz também quatro variedades de camarão rosa (400 gramas) - devenados, com ou sem casca -, além de moluscos como mexilhões, desconchado e meia concha, lulas em anéis ou tubo e tentáculos de polvo cozido.

Depois de renovar toda a sua linha de pratos prontos congelados à base de peixes e frutos do mar, a nova linha da Leardini oferece uma opção de pescados gourmet, para os consumidores que desejam exercitar o seu lado de chef de cozinha com pescados de alta qualidade e segurança, para a elaboração de suas próprias receitas.

Fundada em 1988 em Navegantes, SC, a Leardini

é hoje uma das maiores fornecedoras de pescados do Brasil. Com frota própria de barcos, centro de armazenagem, distribuição certificados dentro dos mais rígidos padrões internacionais de segurança e qualidade, a empresa exporta suas linhas de pescados frescos, processados e congelados para países da Europa, Ásia e América do Norte. www.leardini.com.br

PORCO PIZZA OU PORCO À PARAGUAIA?

No domingo, 3 de fevereiro, ocorreu em São José dos Pinhais, no Paraná, o 3.º Festival Porco Pizza. A princípio pode soar um pouco estranho, mas esta iguaria é tradicional do Paraguai, e em algumas cidades vizinhas, espalhadas pelo Paraná, já existe um grande reconhecimento e aprovação do prato. O prato surgiu na época da Guerra do Paraguai, na qual os soldados estavam acampados no mato e tinham grandes dificuldades de receber alimentos. Nas matas haviam javalis e também grande abundância de mandioca, então eles passaram a matar o javali, assar em fogo de chão, recheavam com a mandioca, levavam novamente ao fogo por alguns minutos e comiam. Foi no Oeste e Sudeste do Paraná, recentemente, que começaram a copiar o prato, chamado de Porco à paraguaia, incrementando os seus ingredientes.

Mais de 300 pessoas foram para a Chácara Sassá Eventos (Roda D'Água) apreciar o porco assado, recheado com mandioca



e coberto com cebola, azeitona, queijo e presunto (ingredientes típicos de pizza, que inspiraram o nome). Além do porco havia também arroz, costela assada, salada e maionese.

Segundo uma das organizadoras, Márcia Chiamulera, a receita do porco veio para Curitiba por intermédio da família. “Meu sogro é de Pato Branco e lá eles fazem o porco tradicional, com recheio de mandioca, que é original do Paraguai. Nos encontros de família fomos aprimorando. Resolvemos colocar outros ingredientes para dar mais sabor e deu certo”, conta. Com o aumento da fama, a procura pela receita também cresceu e a família resolveu abrir o encontro para o público nos últimos três anos.

O PORCO PIZZA

Coloque o porco desossado aberto virado com o couro pra cima para assar em forno com temperatura alta em média por 6 horas. Depois vire o couro pra baixo e monte o recheio. Primeiro passe o molho de tomate sobre a carne; depois coloque as linguiças, o bacon, o tomate, a cebola, o palmito, o milho e as azeitonas (guarde algumas pra colocar por cima, como decoração), o catupiri e o requeijão, por penúltimo o presunto, cubra com a mus-



sarela e salpique o parmesão já ralado. Depois de recheado volte o porco ao forno, e asse por mais 1 hora e meia.

DICA: depois de pronto, para servir corte com uma tesoura o couro com o recheio.

PRODUTOS VAPZA DEIXAM AS PIZZAS MUITO MAIS SABOROSAS

A Vapza - indústria paranaense produtora de alimentos cozidos a vapor e embalados a vácuo - tem em sua vasta linha de produtos opções ideais para o preparo de pizzas. Ideais para recheios, os produtos conferem praticidade, qualidade e economia. Nos produtos Vapza a matéria-

prima é selecionada e a tecnologia empregada garante a segurança alimentar e conserva todo o sabor e nutrientes dos produtos por muito mais tempo, além de dispensarem refrigeração. Os pizzaiolos podem aproveitar e utilizar o “Frango Desfiado” e a “Carne Seca Desfiada” para recheiar as

pizzas que os brasileiros adoram. O “Frango Desfiado”, já vem 100% cozido e levemente salgado, e está pronto para preparação de receitas com qualidade e segurança alimentar, já a “Carne Seca”, é feita a partir de matéria-prima selecionada, não necessita de dessalga, e está pronta para

o preparo de pizzas diferenciadas e especiais.

Para experimentar os benefícios de seus produtos, a Vapza sugere duas deliciosas receitas: “Pizza de Frango com brócolis” e “Pizza de Carne Seca cremosa”. Essas receitas estão apresentadas em nossa rubrica Receitas Diferentes, na página 29.

PIZZA REÚNE EXECUTIVOS DE 12 GIGANTES DA TECNOLOGIA

Não é sempre que podemos ver 12 grandes nomes das empresas de tecnologia juntos. Se filtrarmos a pesquisa para "Comendo pizza em um restaurante", os resultados devem ser ainda mais raros. Mas foi exatamente isso o que aconteceu durante a terceira semana de janeiro, quando executivos de 12 empresas se reuniram para jantar. E por mais que você não reconheça os rostos da imagem acima, alguns dos nomes são muito poderosos. Na mesa estão sentados Johnny Ive (vice-



presidente sênior da Apple e responsável pelo design de boa parte dos aparelhos da empresa), Marissa Mayer (CEO da Yahoo, ex-Google) e

Dick Costolo (CEO do Twitter), além de executivos da Google, Bebo e várias outras empresas. É claro que não foi apenas uma reunião para matar a

fome, pois todos foram convidados pela empresa Nextdoor. Para quem não sabe, o Nextdoor é uma rede social para reunir vizinhos em comunidades privadas, permitindo o anúncio de babás, bazares de garagem e até mesmo a marcação de passeios de bicicleta, sendo ideal para o estilo de vida do subúrbio dos Estados Unidos. Ainda não há detalhes sobre o que foi discutido no jantar, mas não há muita dúvida de que o Nextdoor está atrás de investimentos dessas grandes empresas.

PREÇO MÉDIO DO RODÍZIO DE PIZZA EM BH É MAIS CARO QUE EM SP E NO RJ!



O preço médio do rodízio de pizza em Belo Horizonte, no início do mês de fevereiro, era de R\$ 43,70, segundo pesquisa da Ecobenefícios Good Card realizada com 100 restaurantes da capital mineira. O valor é 50% maior que o custo médio do serviço em São Paulo (R\$ 26,65) e 58% mais caro que o rodízio médio no Rio de Janeiro (R\$ 27,65).

JOSAPAR EXPANDE DISTRIBUIÇÃO DOS AZEITES GOURMET NOVA OLIVA PARA SÃO PAULO

A Josapar, referência nacional no mercado de arroz com a marca Tio João, acaba de expandir para São Paulo, em caráter exclusivo, a distribuição do azeite extra virgem *Nova Oliva*. De origem chilena, ele se destaca pelo esmero em seu preparo e qualidade elevada, feito por profissionais que estão sempre em busca de excelência. Segundo dados do *International Olive Council*, organização que regulamenta o comércio do óleo vegetal no mundo, o Brasil se destaca como o maior mercado consumidor de azeite entre os países do BRIC (grupo formado por Brasil, Rússia, Índia e China). De 2002 a 2010, a importação do produto teve um crescimento de 120%, resultado de sua utilização cada vez maior na culinária nacional. O grande diferencial do azeite extra virgem *Nova Oliva* se dá por seu grau de acidez de apenas

0,2%, um dos mais baixos encontrados no mercado. Esse fator é determinante na qualidade do produto final, já que os bons azeites podem ter até 0,5% de acidez. A marca possui duas versões do produto, que podem ser encontradas em embalagens de 250ml e 500ml:

Nova Oliva Classic - Levemente frutado, o *Nova Oliva Classic* possui um sabor adocicado ao paladar, com um suave toque amargo e picante obtido através das azeitonas arbequina e arbosana.

Nova Oliva Premium - Com um toque suave de ervas e amên-



doas, o *Nova Oliva Premium* é um azeite doce e agradável, ligeiramente floral e com sabor levemente picante, para um público exigente e refinado.

Produzindo qualidade desde 1922 e líder nacional do mercado de arroz, possui sede em Pelotas, RS, e unidades industriais em Recife, PE, Itaquí, RS, e Campo Largo, PR. Além do tradicional arroz Tio João, a Josapar está presente no mercado com o arroz e o feijão Meu Biju, a linha de alimentos em pó à base de proteína isolada de soja - *SupraSoy*, entre outras marcas, como *Beleza*, *Exato*, *Tio Mingote* e *No Ponto*.

www.josapar.com.br

TESTE ENCONTRA CARNE EQUINA EM PIZZAS NA DINAMARCA

Autoridades dinamarquesas informaram que irão denunciar o proprietário de um açougue à polícia, no centro do país, por vender carne de cavalo rotulada como carne de gado a pizzarias locais. O investigador da Administração de Alimentação e Veterinária da Dinamarca, Michael Rosenmark, afirmou que amostras retiradas de embalagens de pizzas de carne, produzidas por Harby Slagterhus, continham uma mistura de carne de cavalo, porco e gado. O açougueiro, que atua em uma pequena cidade perto de Arhus, a segunda maior da Dinamarca, afirmou que seus produtos são uma alternativa de alta qualidade, para o comércio local, a grandes fornecedores. Ele alegou, ainda, que os restaurantes sabiam que seus produtos continham carne equina. Mas segundo Rosenmark, um ex-empregado do açougue relatou que o proprietário enganava os fregueses.

Autoridades europeias iniciaram testes de DNA em vários produtos industrializados que levam carne no rótulo, após o escândalo que revelou que produtos congelados



de supermercado, como hambúrgueres e lasanhas, continham traços de carne de cavalo. Depois de Inglaterra, Espanha, França e Portugal, a Itália encontrou caso de contaminação de carne equina em lasanhas congeladas produzidas no país, segundo a agência de notícias italiana Ansa. A carne foi encontrada em testes com 2.400 embalagens de "lasanha à bolonhesa" produzidas por uma empresa de Bolonha. O escândalo na Europa também chegou à capital alemã. Testes de laboratório encontraram carne de cavalo em lanches de dois estabelecimentos de Berlim que serviam o *koener kebab*, prato turco mais conhecido no Brasil como "churrasco grego".

Para os brasileiros, comer carne do equino beira o tabu, mas em outros países faz parte do cardápio, como na França, Bélgica, Itália e países da

Ásia, onde a carne de sabor forte e levemente adocicado é apreciada. De acordo com o chef Hideki Fuchikami, que já trabalhou no Japão por 10 anos, esta carne é a mais consumida por lá depois dos peixes, principalmente na região sul do país. Nas cidades de Kumamoto e Fukuoka, os restaurantes oferecem o sushi e sashimi de carne de cavalo como carro-chefe da casa.

A Salumificio di Franciacorta, na Itália, apresenta uma linha equina, com produtos como carne seca, salame, carpaccio e salsicha. É uma das muitas empresas

que oferece os produtos. Em fevereiro, o bistrô francês La Palette, de Toronto, Canadá, volta a contar com carne de cavalo. O produto foi retirado do cardápio em agosto de 2011 após dúvidas com relação ao transporte dos animais e sua saúde. O prato trazia um filé de carne de cavalo acompanhado de um risoto com cogumelos e vegetais.

O Brasil é um dos maiores exportadores de carne de cavalo do mundo!!

Após toda a polémica na Europa sobre a carne de cavalo, um restaurante dinamarquês decidiu incluir no cardápio uma pizza com carne de cavalo. O restaurante Gorm Torvehallerne, em Copenhagen, apresenta a pizza de forma provocatória: «*Está preparado para um escândalo? Então a pizza Gorm com cavalo é o ideal para si*». A pizza custa 10,5 euros e está fazendo sucesso entre os clientes do restaurante.



Carne de cavalo

PEQUENAS INDÚSTRIAS DA CAPITAL GANHAM REFORÇO DO PROGRAMA ALI

O Sebrae-SP intensificou o apoio às pequenas indústrias paulistas ao ampliar a capacidade de acompanhamento do programa Agentes Locais de Inovação (ALI). Mais 39 agentes - ao todo são 300 no Estado - começaram a atuar na capital para colher informações em relação ao nível de inovação destas empresas que, posteriormente, receberão um plano de melhorias para tornarem-se mais competitivas no mercado.

O ALI é gratuito para o empresário. Em São Paulo, mais de 1.200 indústrias são acompanhadas pelos agentes locais de inovação. A expectativa é de que, até o final de 2014,

cerca de 15 mil empresas do Estado participem. “Engana-se quem pensa que inovação é algo apenas para grandes companhias. Ela é acessível a empresas de qualquer segmento, e o ALI oferece condições para que as indústrias de pequeno porte se desenvolvam, cresçam e gerem emprego”, afirma Bruno Caetano, diretor-superintendente do Sebrae-SP.

Os agentes são bolsistas do CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Tecnológico e Científico) e capacitados pelo Sebrae-SP que acompanharão cada indústria pelo período de até dois anos. A cada quatro meses, eles farão medições nas empresas



para coletar dados referentes ao grau de inovação. Com base nas informações, técnicos do Sebrae-SP formularão planos de ações para levar conhecimento, melhorar a gestão e modernizar os processos e produtos. Além disso, o programa aproxima empresários e provedores de soluções, como institutos de pesquisa, centros tecnológicos e universidades.

“A indústria tem sofrido quedas de faturamento nos últimos anos, e a melhor maneira de fortalecer esses

negócios é dar oportunidades de capacitação para melhorarem a gestão e tornarem-se inovadoras”, afirma Bruno Caetano.

Os 39 novos agentes atuarão na capital (8 no Centro, 10 na zona Leste, 11 na zona Norte e 10 na zona

Oeste). Pequenas indústrias de outras importantes cidades e regiões do Estado participam do programa ALI: Guarulhos, Osasco, ABC, Campinas, Sorocaba, São José dos Campos, Ribeirão Preto, São Carlos, Piracicaba, São José do Rio Preto, Bauru, Araraquara e Baixada Santista.

O empresário interessado deve procurar um dos Escritórios Regionais do Sebrae-SP. É possível encontrar a unidade mais próxima por meio do telefone 0800 570 0800 (ligação gratuita) ou pelo portal www.sebraesp.com.br

OCRIM S.A. PRODUTOS ALIMENTÍCIOS
Fone: (11) 3718-6300
Site: www.ocrim.com.br
E-mail: contato@ocrim.com.br

FARINHA DE TRIGO

mirella

Do seu bem estar ao melhor paladar.®

Farinha Orgânica

Farinha Especial Piza