

## RHODIA APRESENTA NOVA LOGOMARCA E REPOSICIONAMENTO DAS LINHAS VANILINA

A Rhodia Aroma Performance apresentará na Food Ingredients Europe, que será realizada de 29 de novembro a 01 de dezembro, em Paris, sua linha completa de vanilina e etilvanilina, ingredientes seguros para alimentos. A empresa mostrará a renovação da logomarca e



o reposicionamento dos seus produtos, como Rhovanil®, Rhovanil® Natural e Rhodiarome®, que atendem aos mais altos padrões de segurança de fabricação exigidos pela indústria de alimentos. Esses produtos, líderes de mercado, são voltados para a indústria de alimentos, como panificação, chocolates, doces, bebidas e produtos lácteos. A Rhodia utiliza o guaiacol, matéria-prima ambientalmente responsável, obtida da rota do catecol, para a fabricação das linhas Rhovanil® vanilina, e Rhodiarome® etilvanilina e, recentemente, converteu várias etapas do processo de fabricação para o uso de bioetanol de grau alimentício como solvente. Os produtos realinhados para alimentos são agora compostos por marcas distintas, com logomarcas que oferecem uma identidade gráfica totalmente nova. As marcas existentes e reposicionadas, líderes de mercado, de ingredientes para alimentos e sabores incluem a vanilina Rhovanil®, um ingrediente de referência baseado na experiência de 30 anos da Rhodia na indústria de alimentos. Rhovanil® Free Flow e Rhovanil® Fine Mesh oferecem propriedades físico-químicas e organolépticas altamente consistentes e foram concebidos para processos alimentares específicos, ou misturas de alimentos ou misturas secas, onde a homogeneidade e/ou dissolução rápida são necessários. O Rhovanil® Natural é obtido a partir de uma matéria-prima natural e um processo de biofermentação, e tem fortes características de vanilina. O Rhovanil® Natural cumpre as regulamentações

da Europa e dos EUA (FDA) para atender às exigências de "status natural" e, portanto, pode ser usado e rotulado como 'natural' em gêneros alimentícios compostos essencialmente de um ou mais ingredientes de origem vegetal. O Rhodiarome® é o único produto de etilvanilina feito a partir de um processo plenamente integrado de catecol-guetol e tem uma nota quente de baunilha, cerca de três vezes mais forte do que a vanilina. É, portanto, a nota de baunilha mais eficiente em termos de custo para muitas aplicações alimentícias. A Rhodia fabrica suas linhas de vanilina e etilvanilina nos mais altos padrões de segurança alimentar em duas unidades em Saint-Fons, na França, e Baton Rouge, Louisiana, nos Estados Unidos, assegurando aos clientes uma garantia de fornecimento em todo o mundo. A Rhodia, uma empresa do grupo Solvay, é uma empresa química internacional fortemente engajada no desenvolvimento sustentável. Líder em seus negócios, a empresa coloca a busca da excelência operacional e sua capacidade de inovação a serviço do desempenho dos seus clientes. Estruturada em 11 unidades globais de negócios, a Rhodia é parceira dos maiores líderes mundiais das indústrias: automotiva, eletroeletrônica, aromas e fragrâncias, saúde, mercados de cuidados pessoais e domésticos, bens de consumo e mercados industriais. A Rhodia emprega 14.000 pessoas em todo o mundo e obteve faturamento de € 5,23 bilhões em 2010. [www.rhodia.com.br](http://www.rhodia.com.br)

## PURAC APRESENTA NOVA SOLUÇÃO PARA A PRESERVAÇÃO DE ALIMENTOS REFRIGERADOS

A Purac lança o PuraQ Safe RS39, um novo produto para preservação de alimentos refrigerados projetado para controlar a *Listeria monocytogenes* e com uma ótima combinação com alimentos levemente acidificados, tais como saladas prontas, molhos e salmorsas. Com 80 anos de experiência, a Purac é especialista na área de ácidos orgânicos e microbiologia alimentar. Usando este conhecimento extenso, desenvolveu o PuraQ Safe RS39, uma barreira de segurança robusta para pro-

duto alimentícios refrigerados. Vários estudos têm mostrado que o PuraQ Safe RS39 controla totalmente o patógeno de origem alimentar, a *Listeria*, bem como microorganismos de deterioração, tais como bactérias lácticas e leveduras. Os resultados desses estudos têm contribuído para o modelo perfeito de simulação da Purac, o Listeria Control Model, o qual vem sendo utilizado em várias aplicações. Segundo a Purac, combinando os produtos do portfólio PuraQ, como o novo PuraQ Safe RS39, com os seus modelos de previsão e sua extensa pesquisa de aplicação, a empresa fornece uma base sólida para encurtar o tempo de desenvolvimento e criação de produtos mais seguros, permitindo que os fabricantes se afastem das limitações usuais no desenvolvimento de produtos mais saborosos e mais seguros. A Purac é líder mundial na preservação natural de alimentos e a maior produtora de ácido láctico, derivados e lactídeos. Possui 80 anos de experiência no desenvolvimento, fabricação e comercialização desses produtos em uma ampla variedade de indústrias. A Purac opera suas plantas de produção nos Estados Unidos, Holanda, Espanha, Brasil e Tailândia e comercializa seus produtos através de uma rede mundial de escritórios de vendas e distribuidores. A sede da Purac está localizada na Holanda e é parte do Grupo CSM. [www.purac.com/food](http://www.purac.com/food)

## VOGLER DESENVOLVE PROTÓTIPOS COM INGREDIENTES ESPECIAIS



Buscando antecipar os anseios e oferecer um conceito ao mercado, a área de Pesquisa & Desenvolvimento da Vogler procura identificar parceiros que ofereçam ingredientes, que aplicados em matrizes alimentares, consigam atender a essas necessidades de forma

prática e benéfica. A Vogler Ingredients apresentou significativo crescimento em sua linha de ingredientes naturais durante o primeiro semestre, destacando-se o edulcorante natural estévia da SGF, adoçante que substitui o açúcar, que não contém calorias e tem sabor agradável. Com a estévia, a Vogler desenvolveu formulações de adoçantes pó e líquido, cookie integral, bolo e bebidas gaseificadas, proporcionando opções de consumo de alimentos adoçados naturalmente com redução total e parcial de açúcar, com redução de calorias, mas sem alterar o sabor. E ainda na linha de produtos saudáveis, a empresa parceira Centroflora disponibiliza extratos e polpas de frutas e vegetais, que possuem ativos naturalmente presentes, como vitamina C, antioxidantes, energéticos e funcionais. Conhecidos como Shots ou mono doses de saúde, bebida de pequeno volume com 50ml, foram formulados para serem consumidos de forma conveniente. Esses produtos atendem as exigências de nutrição, saúde e propriedades funcionais, além de trazer benefícios à

saúde. No segmento de fibras solúveis naturais, a Vogler dá destaque à goma acácia e à fibra de milho Promitor, que apresentam excelente estabilidade ao calor. A alta solubilidade das fibras permite a aplicação em diversos produtos sem alteração de sabor, textura, aparência e, portanto, são praticamente imperceptíveis em bebidas e podem ser chamadas de fibras invisíveis. Podem ser aplicadas em água, sucos e Shots sem alteração de características sensoriais, ajudando assim a aumentar o aporte de fibra alimentar de forma agradável. Sendo essenciais para manter uma boa saúde digestiva, devido ao seu efeito prebiótico, melhorando assim a flora bacteriana. Seguindo a linha de produtos naturais, o lançamento da parceria com a INGENat é o extrato de Rosemary (alecrim), um antioxidante natural, especialmente indicado para aplicação em produtos que contenham óleo e estejam sujeitos à oxidação e alteração de sabor. Podendo ser aplicado em carnes, leites, molhos, pet food, cosméticos e produtos com alta concentração de gordura.

O extrato de Rosemary também é uma opção para aumentar a *shelf life* (tempo de vida do produto), mantendo as características sensoriais. No primeiro semestre a Vogler também concentrou esforços para atender a indústria de laticínios. Sistemas para conferir textura e corpo em produtos lácteos foram desenvolvidos pela equipe de P&D.

Nesses ingredientes, foram combinados sistemas à base de carragena (Gelymar), pectina (Silvateam), amidos (Tate & Lyle) e que são denominados Innostab's, misturas de ingredientes destinados a conferir textura, estabilidade e prevenir a sinérese. Desenvolvidos para aplicação em achocolatados, creme de leite, queijo petit suisse, logurte e bebidas lácteas fermentadas. A Vogler disponibiliza formulações nas versões regulares e com redução total e parcial de açúcar nos ingredientes desenvolvidos, tendo como destaques a estévia para conferir dulçor, os extratos de frutas e vegetais para benefícios à saúde, e as fibras acácia e Promitor para melhorar a saúde digestiva. [www.vogler.com.br](http://www.vogler.com.br)

## quantiQ. Sabor de novidade no mercado de alimentos e bebidas.

[www.quantiq.com.br](http://www.quantiq.com.br)



Já consagrada como a maior distribuidora de produtos químicos no Brasil, a quantiQ agora coloca à disposição da indústria alimentícia ingredientes e aditivos que levam mais saúde, sabor e qualidade à mesa de todos os brasileiros. Com solidez econômica, laboratório próprio e uma vasta estrutura logística, é uma empresa confiável para estar no topo da sua lista de fornecedores. **Confira nossa linha de produtos:** Hidrocolóides, Simplese (proteína do soro de leite concentrada microparticulada), Edulcorantes, Corantes, Conservantes, Acidulantes e Antioxidantes.

Distribuidor



Televendas:

Sul e Sudeste: 0800.770.0813, (11) 2195.9189 e (11) 2195.9187 - Fax (11) 2195.9171

Centro-Oeste, Norte e Nordeste: 0800.729.9993 e 0800.729.9994 - Fax (71) 3431.6936 E-mail: [nutri@quantiq.com.br](mailto:nutri@quantiq.com.br)



é diferente.

## EMULZINT COMEMORA MAIS UMA DELICIOSA CONQUISTA!



Com muito orgulho a Emulzint comemora em 2011 a 63ª posição entre as Melhores Empresas para Trabalhar do Brasil, segundo o ranking divulgado pelo *Great Place to Work* (GPTW).

Este reconhecimento confirma a responsabilidade e o compromisso da empresa em manter um ambiente de trabalho saudável entre os seus colaboradores, gerando benefícios em cadeia não somente para a empresa, mas também para seus clientes, fornecedores e acionistas. O Instituto *Great Place to Work* atua em 46 países e, para chegar ao resultado, avalia os dados recebidos no ato da inscrição das empresas, os questionários respondidos pelos colaboradores, seus comentários e, ainda, o *Culture Audit*, que lista as práticas e políticas da empresa. Cada etapa desempenha papel fundamental para a eliminação ou não dos participantes, que são submetidos a análises criteriosas por meio da metodologia desenvolvida pelo GPTW. A pesquisa foi aplicada em abril e teve a participação de 923 empresas de todo o Brasil. Para comemorar essa conquista, a diretoria da Emulzint ofereceu um brinde especial aos seus colaboradores, com direito a bolo e espumante. Para a Emulzint, estar entre as 100 Melhores Empresas para Trabalhar é uma conquista não só da Emulzint, mas de todos os seus colaboradores. [www.emulzint.com.br](http://www.emulzint.com.br)

## BIORIGIN APRESENTA INGREDIENTES SUSTENTÁVEIS PARA REDUÇÃO DE SÓDIO

Durante sua participação na Food Ingredients Europa, a Biorigin apresen-

tará soluções sustentáveis em ingredientes naturais para redução de sal e realce de sabor. Nas sessões de degustação, os visitantes poderão comprovar os benefícios das linhas Bionis e Bioenhance, agindo sinergicamente e promovendo 70% de redução de sódio em *snacks* e 40% em caldos. A linha Bionis de extratos de levedura proporciona mais corpo, *mouthfeel* e umami, enquanto a linha Bioenhance de realçadores naturais de sabor cria e harmoniza o sabor, aumentando a percepção de salgado, mas sem a adição de sal. Para aplicações em carnes, a Biorigin apresentará seu novo ingrediente Biotaste Meat, que proporciona um leve sabor de carne com nota tostada e permite mais de 30% de redução de sódio. A linha Biotaste também inclui realçadores de sabor bife, frango e tostado. A Biorigin também tem em seu portfólio a nova linha de ingredientes para panificação e sabor Biogard. Todos os produtos da Biorigin são naturais, *clean label*, GMO-free e livre de alergênicos. São certificados ISO 9001 e 22000, HACCP, Kosher e Halal e têm total rastreabilidade. [www.biorigin.net](http://www.biorigin.net)

## SARA LEE INOVA PORTFÓLIO DE PILÃO E DAMASCO



A Sara Lee, líder nacional em café torrado e moído, traz inovações para as duas principais marcas de seu portfólio. O Café Pilão teve as embalagens de toda sua linha reformuladas e o Café Damasco, além do novo visual, ganhou as versões Sabor&Leveza e Intenso. Na marca Pilão, as mudanças ocorreram em seis produtos da linha de torrado e moído, além dos solúveis, capuccinos e filtros. Pilão foi fundado em 1978, sendo que a marca foi incorporada pela Sara Lee no ano 2000. Desde 2008, a embalagem do produto não passava por uma renovação. Foi desenvolvido um visual mais moderno, com a preocupação de manter a essência da marca, que tem mais de 30 anos de tradição e uma forte relação emocional com os consumidores. A principal mudança pode ser

notada na área que envolve o logotipo, que ganhou traços mais orgânicos, além do destaque para a assinatura "O Café Forte do Brasil", que acompanha a marca há dez anos. A marca se mantém como líder no mercado nacional de café torrado e moído, com 13,3% de *market share*, com destaque em São Paulo e Rio de Janeiro, onde tem mais de 40% de participação, posição ancorada pela consistência na sua comunicação, pelo diálogo constante com seus consumidores e pela sua capacidade de sempre inovar. O portfólio de Pilão conta atualmente com 15 produtos, entre os quais: Pilão Tradicional, Pilão Sabor&Leveza, Pilão Intenso, Pilão Reserva Especial, Descafeinado, Orgânico e Pilão Origem, além das linhas de Solúveis, Cappuccinos, Filtros e Grãos para café espresso e dos sachês Pilão Senseo®. Já o Café Damasco teve sua linha ampliada com a chegada de Sabor&Leveza, desenvolvido com uma exclusiva seleção de grãos para agradar o paladar dos consumidores que buscam uma bebida naturalmente mais leve, e Intenso, um café que mantém a torra escura característica de Damasco, porém vem com uma nova e exclusiva seleção de grãos robusta e arábica, que o tornam mais encorpado e mais forte do que a versão Clássica. Além dessas novidades, as embalagens de Damasco foram repaginadas. As principais mudanças que podem ser notadas são a modernização do logotipo, o *apetite appeal* com a xícara do café e a visibilidade e clareza das informações. Damasco é uma marca com mais de 50 anos de tradição. Fundado em 1960 em Curitiba, PR, o Café Damasco nasceu quando seis pequenas empresas resolveram juntar forças e lançar um café com o que há de melhor e mais puro em termos de grãos. Atualmente, é líder na cidade de Curitiba, com 31,2% de participação no mercado. Em novembro de 2010, a marca foi adquirida pela Sara Lee. [www.saralee.com](http://www.saralee.com)

## DANISCO APRESENTA GUIA ON-LINE PARA ALIMENTOS MAIS SAUDÁVEIS

A Danisco desenvolveu uma poderosa ferramenta on-line, que oferece a produtores de alimentos, acesso rápido,

em um perfil mais saudável para seus produtos. O novo site engloba a linha completa de ingredientes ativos da empresa, que oferecem possibilidades para obtenção de alimentos e bebidas nutritivos e deliciosos. A partir deste ponto único de informação, os produtores podem navegar, de forma simples, para alcançar soluções comprovadas e específicas para cada aplicação, obtendo, ao mesmo tempo, indicações de benefícios para a saúde. Uma prioridade chave da Danisco é ajudar a indústria de alimentos a oferecer aos consumidores a escolha por uma vida saudável, quer procurem consumir alimentos que contenham um ingrediente ativo, com benefício para a saúde documentado, ou simplesmente desejem melhorar a qualidade nutricional de sua dieta. Esta prioridade é refletida na estrutura do site, onde os fabricantes encontrarão uma área dedicada à saúde, que cobre ingredientes ativos, comprovados para a saúde óssea, cardiovascular, digestiva, imunológica e oral, além do rendimento esportivo e do controle de peso. A seção sobre melhor

nutrição é um guia para a utilização dos benefícios nutritivos, sem comprometimento do sabor ou da textura.

Um panorama global de soluções para suplementos alimentares destaca as possibilidades neste mercado, em constante crescimento. A Danisco oferece soluções para alimentos funcionais e para suplementos alimentares, com uma linha de ingredientes com base científica, que promovem a saúde e satisfazem a necessidade de se melhorar o perfil nutricional de alimentos e bebidas: por exemplo, aumentando o conteúdo de fibras, ou reduzindo gorduras, açúcar e o sódio. A Danisco compartilha informações normativas, e descobertas de estudos clínicos, na seção de linhas de produtos do site, que proporciona um panorama completo dos ingredientes relacionados com saúde e nutrição. Ao usar o Solution Finder (Buscador de soluções), os produtores rapidamente podem localizar soluções para aplicações específicas. Segundo a Danisco, o site define com clareza a proposta da empresa de valor para a saúde ativa e para uma melhor nutrição, incluindo in-

gredientes documentados, suporte para aplicações e conhecimentos normativos e científicos. [www.danisco.com/health](http://www.danisco.com/health)

## TETRA PAK LANÇA NOVO SISTEMA DE LIMPEZA



A Tetra Pak, líder mundial em soluções para processamento e envase



COMPROMETIMENTO COM  
QUALIDADE, ÉTICA E MEIO AMBIENTE

1911 - 2011  
HÁ 100 ANOS  
NESTA ONDA

PRODUTOS  
PUROS

ÁCIDO TARTÁRICO E TARTARATOS  
DIÓXIDO DE ENXOFRE E DERIVADOS  
TANINOS PURIFICADOS

UNIDADE RS - RUA VEREADOR MARIO PEZZI, 318 | CAXIAS DO SUL | RS | (54) 3228 1377  
UNIDADE SP - AV. EURICO AMBROGI SANTOS, 455 | QUIRIRIM/TAUBATÉ | SP | (12) 3686 1358  
[WWW.VERONESE.COM.BR](http://WWW.VERONESE.COM.BR)



de alimentos, acaba de lançar o novo Tetra Alcip, um sistema inteligente de limpeza CIP (*Cleaning-In-Place*). A nova solução de limpeza economiza tempo, reduz o impacto ambiental e diminui os custos de operação, sem comprometer a segurança dos alimentos. O Tetra Alcip melhora significativamente a precisão na dosagem de insumos e reduz o risco de erro humano na indústria alimentícia, já que faz ajustes contínuos nas operações, o que garante os mais elevados níveis de desempenho. O sistema ainda aumenta a precisão das operações ao utilizar quantidades otimizadas de água e detergente pelo exato tempo necessário para a realização das operações de limpeza, reduzindo o consumo de água em até 21% e o uso de detergente em até 7%, diminuindo o impacto ambiental e os custos de operação. De acordo com a Tetra Pak, a nova solução oferece o controle completo da CIP. A plataforma de automação do sistema apresenta uma série de características únicas desenvolvidas para aumentar a flexibilidade das operações de limpeza, como a gestão da condutividade de soluções, que permite obter a melhor precisão possível em termos de concentração de detergente, assegurando os mais elevados níveis de segurança alimentar sem necessidade de sobre dosagem do detergente; identificação automática de soluções, que consiste em um sistema de automação patenteado que rastreia e controla as diferentes soluções de limpeza ao longo do processo de CIP, garantindo maior flexibilidade e precisão no controle de líquidos; gerenciamento do CIP, o Tetra Alcip incorpora uma série de programas de limpeza predefinidos, porém os clientes podem criar os seus próprios programas que são automaticamente validados antes da utilização; gestão automática da fila de limpeza, o Tetra Alcip tem a capacidade de priorizar os elementos da planta a serem limpos de acordo com premissas escolhidas pelo operador da planta; e sistema de dosagem flexível, que permite aumentar ou reduzir a concentração do detergente em qualquer momento, sem a necessidade de parar a operação, isso maximiza a performance de limpeza em diferentes situações. Devido as reduções nos custos de operação proporcionados pelo novo Tetra Alcip, os clientes terão retorno financeiro do investimento

mais rápido, além da proteção de investimento, pois ele pode ser reconfigurado, ampliado ou atualizado sempre que necessário. [www.tetrapak.com.br](http://www.tetrapak.com.br)

## CHR. HANSEN INAUGURA CENTRO DE INOVAÇÕES EM CORANTES NATURAIS



A Chr. Hansen celebrou a reabertura oficial de seu centro estendido e modernizado de *expertise* em corantes naturais em Montpellier, França. O local será o palco central de inovações de clientes internacionais, com foco em aparências novas e naturais para os produtos alimentícios do futuro. Em abril, a Chr. Hansen anunciou a inauguração de duas fábricas estendidas de produção de corantes no Peru e na Dinamarca. Agora, após uma reforma completa, incluindo a expansão e renovação dos laboratórios e o aumento dos funcionários de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e aplicações, a empresa reabriu o seu núcleo de corantes no Mediterrâneo. O Centro de Expertise Global em Corantes de Montpellier é dedicado aos trabalhos de aplicações em bebidas, laticínios, preparados de frutas e fitonutrientes, quatro dos principais setores de atuação da Chr. Hansen na divisão de corantes. Além de Montpellier, a Chr. Hansen possui um Centro de Expertise Global em Corantes em sua sede dinamarquesa em Hoershol, que se concentra em soluções de corantes para os setores de confeitos e sorvete. [www.chr-hansen.com.br](http://www.chr-hansen.com.br)

## KRAFT FOODS REDUZ O TEOR DE SÓDIO EM SEUS PRODUTOS NA AMÉRICA LATINA

A Kraft Foods na América Latina anunciou planos de completar a redução

do teor de sódio em seu portfólio de queijos e biscoitos doces e salgados em uma média de 10% nos próximos dois anos. A empresa, que já havia começado a trabalhar nessa questão desde 2009, espera alcançar esse objetivo até o fim de 2013. Isso se aplicará a produtos como Oreo, Chips Ahoy!, Ritz, Cheez Whiz, Singles e Philadelphia, além de marcas locais como Club Social e Trakinas. A redução de sódio não é algo novo para a Kraft Foods. Em 2010 a empresa já havia anunciado também uma redução média de 10%, até 2012, em marcas comercializadas nos Estados Unidos e Canadá. Alguns produtos disponíveis no mercado latino americano já apresentam teores de sódio reduzido. No Brasil, Club Social sabor queijo e cebola tem 34% menos sódio, assim como Club Social sabor queijo, tomate e manjerição, com uma diminuição de 22%. A empresa tem investido significativamente em iniciativas de redução de sódio na América Latina e continuará pesquisando novas tecnologias além de fomentar reduções adicionais em longo prazo.

A Kraft Foods Brasil, subsidiária da Kraft Foods Global Brands, LLC. é a maior indústria de alimentos nos Estados Unidos e a segunda maior no mundo. Possui seis fábricas em operação no Brasil, nos Estados de São Paulo, Paraná e Pernambuco. O portfólio da empresa conta com marcas consagradas como os chocolates Lacta, os biscoitos Club Social e Trakinas, os refrescos em pó Tang, Clight e Fresh, as sobremesas e o fermento em pó Royal, a linha de chás Royal Blend e o cream cheese Philadelphia. Desde fevereiro de 2010, a Kraft Foods Global, LLC. adquiriu o controle acionário da Cadbury PLC, empresa líder nos mercados de gomas e balas, com marcas tradicionais no mercado brasileiro como Trident, Chiclets, Bubbalo e Halls. Tang, Trident e Philadelphia estão entre as 12 marcas globais com receitas cima de US\$ 1 bilhão. [www.kraftfoods.com.br](http://www.kraftfoods.com.br)

## NESTLÉ INAUGURA FÁBRICA EM TRÊS RIOS

A Nestlé inaugura este mês sua fábrica em Três Rios, na região Centro-Sul Fluminense. A unidade será a terceira que a multinacional abre no Estado do Rio de Janeiro, as outras ficam em Ja-

carepaguá, na Zona Oeste do Rio, onde produz sorvetes, e em Petrópolis, na Região Serrana, para envasamento de água mineral. A nova unidade da Nestlé é o maior investimento do grupo suíço no Brasil e uma das suas maiores plantas industriais no mundo. O novo empreendimento, que representa um investimento de R\$ 200 milhões, produzirá de 350 a 400 mil litros de leite por dia das marcas Ninho e Molico e bebidas lácteas, a base de soja e achocolatados. A produção terá como alvo os mercados fluminense e do Sul de Minas Gerais. A multinacional atua no Brasil há 90 anos e o Estado do Rio ocupa atualmente a liderança em vendas da empresa no Brasil. [www.nestle.com.br](http://www.nestle.com.br)

## ÁGUA SÃO LOUREÇO GANHA NOVO VISUAL

Com mais de 120 anos, a história da água São Lourenço se mistura à da cidade homônima, localizada na região Sul de Minas Gerais. Foi pensando nesse enlace que a Nestlé Waters preparou um novo rótulo a primeira água engarrafada do país. Agora, cada detalhe conta um pouco da história do município e do Parque das Águas, seu principal ponto turístico. A combinação de elementos na nova embalagem reforçam o conceito *premium* da marca, como os finos traços em ouro e prata diferenciando as variedades natural e gasosa. O tradicional leão, que acompanha São Lourenço desde os primeiros designs, remete à força e pureza das fontes da cidade e as estrelas que o circundam fazem menção à nobreza e qualidade da água.

As medalhas, no verso, contam a história da marca a partir da releitura de embalagens anteriores e representam o balneário, também estampado com um desenho de sua fachada. Em todo o rótulo estão impressas, em cor dourada e alto relevo, as iniciais S e L, de São Lourenço, com o objetivo de remeter a algo vintage e raro, como as poucas fontes de águas naturalmente gasosas existentes no mundo e a única existente no Brasil. [www.aguassalourenco.com.br](http://www.aguassalourenco.com.br)



# See what's next:

Uma evolução  
no mercado de  
alimentos e nutracêuticos !



Bio serae  
Laboratoires S.A.S.

Para saber mais, visite-nos na FIE • Booth 3D33

[cniworld.com](http://cniworld.com)



[bioserae.com](http://bioserae.com)

Soluções de alta tecnologia para a indústria de Alimentos e Bebidas - Especializada em produtos Diet, Light, Zero Açúcar e com Redução de Sódio.

EDULCORANTES (ADOÇANTES NATURAIS E ARTIFICIAIS - INGREDIENTES FUNCIONAIS REALÇADORES DE SABOR - FIBRA PREBIÓTICA MINERAIS - CARBOIDRATOS ESPECIAIS AGENTES DE CORPO - SUBSTITUTOS DE SÓDIO)

- Taumatina dietMax - Adoçante 100% Natural
- Neohesperidina DC
- Sucralose
- Acessulfame-K
- Estévias Especiais
- Rebaudiosídeo A
- Frutose
- Goma Xantana
- Fosfato Tricálcico
- Minerais Quelatos
- Substitutos de Sódio
- Eritritol
- Isomalte
- Maltitol
- Sorbitol
- Xilitol
- Polidextrose
- Maltodextrina
- D-Manose
- D-Xilose
- Sal Light



**dietMAX™**  
ADOÇANTE 100% NATURAL

FINALISTA DO FI AWARDS 2008  
FINALISTA DO IS AWARDS 2008

- A Revolução dos Adoçantes
- A substância mais doce da Natureza
- Natural e seguro para a saúde
- Mascara sabores residuais indesejáveis (amargo, metálico, soja, adoçantes artificiais, estévia, vitaminas, minerais etc.)

**Minerais Quelatos**  
(alta biodisponibilidade)  
ferro, cálcio, magnésio, cromo, cobre, manganês, potássio, selênio e zinco.

**Neohesperidina DC**  
realçador de sabor e aroma derivado de frutas cítricas.

Distribuidor exclusivo no Brasil:



**WWW.NUTRAMAX.COM.BR**

NUTRAMAX Com. Imp. e Exp. Ltda.  
Av. Bertho Giovanni Sargi, 291 - Catanduva - SP - Brasil - 15804-235  
Tel: (17) 3522-1968 - Fax: (17) 3525-0830  
nutramax@nutramax.com.br

Escritório São Paulo:  
Av. Brig. Faria Lima, 3.729 - 5º andar - São Paulo - SP - Brasil - 04538-905  
Tel: (11) 3443-6404 - Fax: (11) 3443-6201

## CATUPIRY LANÇA EMBALAGEM ESPECIAL PARA O NATAL

Depois do sucesso das latas comemorativas dos 100 anos, a Catupiry oferece aos seus fãs as latas de Natal, estilizadas embalagens redondas com o



requeijão cuja fórmula secreta criada em 1911 se mantém a preferida entre os brasileiros até hoje. Catupiry na língua indígena tupi-guarani significa excelente e remete à alta qualidade do seu produto. Para celebrar essa história e garantir sua longevidade, a empresa começou o ano com um novo e mais agressivo plano estratégico. Junto a lançamentos previstos para o último trimestre, a novidade faz parte desse plano. Ao longo do ano, foram diversas ações para modernizar a marca, estreitar relacionamento com o mercado e o público consumidor final. Entre elas, a participação pela primeira vez na Apas, o lançamento de uma edição especial de sanduíche de Frango com Catupiry com o Mc Donalds e a criação de latas comemorativas estilizadas com o logotipo do centenário. [www.catupiry.com.br](http://www.catupiry.com.br)

## SENSIENT TECHNOLOGIES INAUGURA NOVA FÁBRICA

A Sensient Technologies Brasil anuncia a abertura de suas novas instalações localizada na cidade de Jundiá, SP, em uma área de mais de 5 mil m<sup>2</sup>, contando com uma moderna fábrica com salas de produção de atmosfera controlada, além de um Centro Tecnológico de Aplicação, laboratórios de desenvolvimento de corantes e aromas, rigoroso controle de qualidade, armazém e escritórios. Com essa expansão, a Sensient Technologies Brasil fortalece sua presença no mercado brasileiro de corantes e aromas, oferecendo agilidade e flexibilidade no atendimento a seus clientes das indústrias de alimentos e bebidas. A escolha da cidade de Jundiá se deu pela sua localização estratégica, infraestrutura e por razões logísticas, o que também

permitirá uma expansão do negócio visando atender as expectativas de crescimento do mercado brasileiro, além de gerar oportunidades de trabalho na região.

A Sensient Technologies Brasil faz parte da Sensient Technologies Corporation, líder mundial na fabricação e comercialização de corantes, aromas e fragrâncias, com sede em Milwaukee, Wisconsin, Estados Unidos. Fundada em 1882, opera a partir de 75 locais em 35 países. Emprega tecnologias avançadas nas instalações ao redor do mundo para desenvolver sistemas para as indústrias de alimentos, bebidas, cosméticos, farmacêutico, tintas para impressora e outras especialidades. Iniciou suas atividades no Brasil em 2003, em Santana de Parnaíba, SP, e com o objetivo de ampliar suas instalações, inaugurou em outubro de 2011 uma nova fábrica com atmosfera controlada e moderno CTA - Centro Tecnológico de Aplicação na cidade de Jundiá. Os seus serviços incluem venda e suporte técnico com pessoal altamente especializado em pesquisa, desenvolvimento e aplicação relacionados a corantes e aromas. Com estoque local, a empresa consegue agilidade no atendimento e flexibilidade no processo de fabricação. [www.sensient.com.br](http://www.sensient.com.br)

## HIKARI LANÇA FAROFA EM EDIÇÃO ESPECIAL

Acompanhamento típico da cozinha brasileira, a Farofa Pronta da Hikari ganhou uma edição especial para relembrar os velhos tempos, é a embalagem retrô. Mas a novidade não é só a embalagem, a farofa também ganhou novo aroma e sabor. Mudanças suaves, que deixarão as refeições muito mais saborosas. Com essa nova versão, é possível preparar receitas ou ainda saboreá-la junto ao tradicionalíssimo feijão com arroz e até como acompanhamento no divertido



churrasco em família. A Farofa Pronta, feita com farinha de mandioca, recebe um tempero especial com óleo vegetal, sal, especiarias, proteína de soja, realçador de sabor e aroma natural de cebola e bacon. Mesmo sendo já pronta, é possível incrementar com ingredientes como bacon, linguiça, salsinha, pimentão, cebolinha, temperos. [www.hikari.com.br](http://www.hikari.com.br)

## ABIAD LANÇA CARTILHA SOBRE ADOÇANTES

“Adoçantes - Tire suas Dúvidas” é o nome da cartilha lançada pela Associação Brasileira da Indústria de Alimentos Para Fins Especiais e Congêneres, Diet & Light (ABIAD). Desenvolvido por especialistas ligados à ABIAD, entidade que representa a indústria de alimentos diet e light, a cartilha traz todas as informações sobre os adoçantes, como segurança no consumo, restrições, tipos de adoçantes, índices diários de ingestão, entre outras. O conteúdo tem o aval da ANVISA, da Associação Brasileira de Nutrologia (ABRAN) e da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS). [www.abiad.org.br](http://www.abiad.org.br)

## ABIMA DESTACA A SAUDABILIDADE DO MACARRÃO



Nos últimos anos, a indústria de massas tem sofrido com a popularização de dietas que pregam o carboidrato como vilão da obesidade. Para desmistificar esta ideia, a Associação Brasileira das Indústrias de Massas Alimentícias (ABIMA) lançou uma campanha institucional para evidenciar a importância do carboidrato como fonte de energia em uma alimentação saudável. Estão sendo veiculados dois filmes, com 30 segundos cada na Rede Globo, inicialmente nas praças de São Carlos, SP, e Cabo Frio, RJ. Além deles, dois spots estão sendo divulgados em uma rádio local de cada região. Os filmes e spots começam com a pergunta “que energia

é essa que é pura delícia?” e terminam com a resposta “recarregue suas energias com macarrão e viva a vida a mil”, acompanhadas por imagens de pessoas correndo, dançando, se abraçando e, claro, comendo macarrão. Segundo a ABIMA este é um projeto inicial no qual a associação está investindo R\$ 1 milhão, mas o objetivo é realizar uma campanha maior, de alcance nacional, prevista para 2012. Nesta primeira fase, que foi iniciada no dia 17 de outubro e vai até o fim de novembro, o projeto pretende atingir de 70% a 80% do público maior de 18 anos, de todas as classes sociais. Para medir estes resultados, será feito um estudo de mercado pré e pós-campanha, e a partir das medições, será elaborada a estratégia para o próximo ano. [www.abima.com.br](http://www.abima.com.br)

## CNI COLLOIDES, BIO SERAE LABORATOIRES E NUTRIPROCESS SE REAGRUPAM SOB UMA NOVA IDENTIDADE ÚNICA: NEXIRA



As empresas do grupo Iranex, CNI (Colloïdes Naturels International), Bio Serae Laboratoires e Nutriprocess são oficialmente NEXIRA, desde o último dia 7 de novembro. O grupo familiar fundado em 1895 é o líder mundial em goma acácia (também conhecida como goma arábica) e é um dos líderes mundiais em ingredientes naturais e de ativos nutracêuticos de origem vegetal destinados às indústrias alimentícias, de nutrição e de saúde. A NEXIRA nasceu da fusão da CNI (Colloïdes Naturels International), Bio Serae Laboratoires e Nutriprocess e é composta atualmente de três divisões - Alimentos, Saúde e Tecnologia - que oferecem desde conhecimento especializado global de fornecimento de matérias-primas e tecnologias de processamento próprias à suporte técnico em formulações. Esta reorganização significa uma nova era de crescimento e desenvolvimento com grandes expectativas de expansão e sucesso global. Desta forma, a gama de produtos

**Crie**  
pães  
**Magníficos**  
com toda a  
**Simplicidade**

NOVIDADE



Através da VALLENS, a PHILIBERT SAVOURS traz para o Brasil mais de 200 sabores, soluções gustativas e tecnológicas para atender o mercado de panificação com massas madre em pó; ervas aromáticas, frutas e legumes desidratados.

Com 25 anos de tradição a Philibert Savours ampara-se na experiência dos MELHORES PADEIROS FRANCESES para criação de SABORES EXCLUSIVOS.

[www.vallens.com.br](http://www.vallens.com.br)  
(54) 3268 0606  
Farroupilha - RS  
[www.philibertsavours.com](http://www.philibertsavours.com)

NEXIRA evolui para além de seu produto principal, a goma acácia, da qual o grupo é o líder mundial. A NEXIRA oferece inúmeros ingredientes e extratos naturais, incluindo emulsificantes, agentes texturizantes e ativos para controle de peso, antioxidantes, ingredientes para melhor funcionamento das articulações e alívio do stress. A NEXIRA contabiliza mais de € 83 milhões em faturamento, 90% dos quais vem de exportações (o grupo recebeu o prêmio "top exportador" da França em 2007 - prêmio concedido por Christine Lagarde, ex-ministra da Economia francesa) e visa um faturamento de € 120 milhões em 2015. A NEXIRA está presente em cinco continentes, em mais de 80 países via 10 filiais de distribuição e oito plantas de produção.

### Uma política ambiciosa de investimentos na França e ao redor do mundo

O grande crescimento do grupo se apóia em uma estratégia forte de investimentos dedicados à pesquisa e ao desenvolvimento de tecnologias inovadoras usadas para produzir novos ingredientes naturais. Para melhor responder à demanda mundial, a NEXIRA investirá € 5 milhões até 2012 para aumentar a capacidade de produção de suas instalações em Rouen e Serqueux, na França. A NEXIRA está também se preparando para investir entre 5 e 7 milhões de Euros em uma unidade de produção na Índia e reforçará sua presença na África com uma nova planta em Gana. Além disso, a empresa irá também atingir suas ambições adquirindo uma unidade na América do Norte em 2012 e outra na Europa até 2013. Com esta nova capacidade de produção e investimentos em pesquisa e desenvolvimento, a NEXIRA tem o objetivo de lançar dois novos produtos por ano e de responder às necessidades de crescimento do mercado global de ingredientes 100% naturais. A evolução de sucesso da NEXIRA está baseada num forte compromisso de continuar alavancando o conhecimento especializado global, dos recursos auto-sustentáveis à manufatura e comercialização de nosso amplo leque de ingredientes naturais. Além disso, mais do que nunca, a NEXIRA assegurará a proteção e o desenvolvimento sustentável de recursos naturais que são a essência da estratégia do grupo (como exemplo, a parceria da NEXIRA com a ONG SOS Saara).

## CARGILL LANÇA SITE PARA ÁREA DE FOODSERVICE

A Cargill lançou um site exclusivo para clientes da área de *foodservice*. Além de informações sobre soluções e produtos para cadeias de *fast food*, restaurantes, lanchonetes, padarias, confeitarias, etc., o website traz receitas exclusivas e aperfeiçoará a comunicação dos clientes com a empresa. A linha de *foodservice* da Cargill atende a várias categorias, como azeites Gallo, Ovomaltine, chocolates e compounds, gorduras para fritura e panificação, maioneses, massas, óleos vegetais e compostos e molhos para salada.

A Cargill produz e comercializa internacionalmente produtos e serviços alimentícios, agrícolas, financeiros e industriais. Fundada em 1865, a empresa está presente em 63 países, ajudando seus clientes a alcançar o êxito por meio da colaboração e da inovação. No Brasil desde 1965, a Cargill tem sua origem no campo, a partir das atividades agrícolas, e hoje constitui uma das maiores indústrias de alimentos do País. Com sede em São Paulo, SP, a empresa está presente em 13 Estados brasileiros por meio de unidades industriais e escritórios em cerca de 130 municípios. [www.cargillfoodservice.com.br](http://www.cargillfoodservice.com.br)

## GUARANÁ ANTARCTICA ATINGE RECORDE AOS 90 ANOS

Tradicional marca brasileira de refrigerantes, o Guaraná Antarctica comemora 90 anos de atuação atingindo a sua maior participação de mercado neste século com 9% do segmento. O feito, divulgado pela própria Ambev, detentora do produto, ganha relevância pelo momento da categoria de carbonatados, que vem obtendo baixos índices de crescimento, enquanto a divisão de bebidas não-alcoólicas como um todo está entre as que mais crescem atualmente dentro da área de consumo. Entre os motivos que levaram o Guaraná Antarctica ao bom momento de vendas, estão as inovações realizadas pela companhia nos últimos anos. Desde 2007, foram seis novidades

que reforçaram a linha de produtos junto aos consumidores entre novos sabores e variações de embalagens. Hoje, a bebida pode ser consumida por meio de dez tipos de embalagens que variam de 237 ml a 3,3 litros entre lata e garrafas de vidro e PET. Tendo como base a projeção para 2011 realizada pela consultoria Euromonitor para o mercado de refrigerantes, o patamar de 9% de participação, alcançado pela marca no último mês de agosto corresponderá ao final deste ano a 1,5 bilhão de litros comercializados, movimentando um total de R\$ 3,8 bilhões. Já na categoria de carbonatados à base de guaraná, a Ambev divulga uma participação de 43%. O bom resultado obtido pela marca vai na contramão do mercado de refrigerantes no país, que foi o segmento com o segundo pior desempenho nos primeiros meses deste ano entre oito categorias de bebidas não-alcoólicas. Em levantamento realizado pela consultoria Nielsen comparando os quatro primeiros meses de 2011 com o mesmo período de 2010, a categoria refrigerante sofreu queda de -1,2%, enquanto água mineral e suco de frutas pronto para consumo lideraram com crescimentos de 26,8% e 21,1%, respectivamente. As vendas alcançadas por Guaraná Antarctica devem-se principalmente à distribuição para mais de um milhão de pontos de venda que a Ambev alcança em todo o país. Segundo o gerente da empresa, esse número de estabelecimentos se mantém estável há alguns anos, mas a empresa tem se esforçado para ampliar esse número. Há 15 anos sendo comercializado fora do Brasil, o Guaraná Antarctica é produzido hoje em Portugal e no Japão por meio de parceiros da Ambev, sendo distribuído em toda a Europa e nos principais países asiáticos, como China, Coréia e no próprio mercado japonês. Além deste, a empresa abastece os Estados Unidos com a exportação das unidades brasileiras da marca. A venda do produto no mercado externo ganhou força após as fusões realizadas pela Ambev com empresas do mercado internacional de bebidas, como a belga Interbrew e a americana Anheuser-Busch, negociações que deram origem à gigante AB Inbev, a maior empresa do segmento em todo o mundo. [www.guarana.com.br](http://www.guarana.com.br)