

AGROPALMA A PRIMEIRA A EXPORTAR ÓLEO DE PALMA SUSTENTÁVEL NO BRASIL



Após conquistar o certificado internacional emitido pela RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*/ Mesa Redonda do Óleo de Palma Sustentável) em agosto de 2011, a Agropalma fechou venda do primeiro lote de óleo de palma sustentável para uma empresa em Hamburgo, na Alemanha, que recebe os produtos a partir de fevereiro. Com saída pela região portuária de Belém, PA, o embarque do navio Wappen Von Leipzig inclui o Brasil em um seleto e reduzido número de países produtores e exportadores da matéria-prima. A Agropalma exportará 6.400 toneladas de óleo de palma e 500 toneladas de óleo de palmiste, ambas certificadas pela RSPO. O certificado foi obtido após uma auditoria (que segue oito princípios, 39 critérios e mais de 190 indicadores sociais, ambientais, técnicos e econômicos) realizada no entorno da Agropalma, que abriga 40 mil hectares de plantios, cinco usinas de extração e uma refinaria no Pará. Além desses, outras 1.000 toneladas de óleo de palma orgânico também estarão no navio. Muito conhecido no mercado internacional, o óleo de palma orgânico da Agropalma já foi exportado para países como Alemanha, França, Holanda, Israel, Coreia do Sul, Estados Unidos e Canadá.

A venda do primeiro lote de óleo de palma sustentável, certificado pela RSPO, abre uma nova fronteira à agricultura brasileira e, principalmente, ao modelo de agricultura a ser praticada nas áreas degradadas da Amazônia. O grande salto no consumo de óleo de palma sustentável deverá ocorrer a

partir de 2015, prazo definido por alguns gigantes do setor de consumo de óleo de palma em um compromisso público de somente utilizá-lo com certificado sustentável. Neste *hall* entram Unilever, Cargill, Nestlé, Carrefour, Tesco, Wal-Mart, Henkel, entre dezenas de outros, e até países como Holanda e Bélgica, que por meio de associações patronais, em parceria com os governos, também limitarão suas importações a partir do final de 2015 a óleo de palma certificado RSPO. www.agropalma.com.br

PROBIÓTICA LANÇA PROTEÍNA EM SACHE DE DOSE ÚNICA

A Probiótica Laboratórios lança três de seus produtos *best seller* em uma apresentação exclusiva. Os suplementos Iso Pro Whey (60g), 100% Whey Protein (30g) e RX-PRO (36g), chegam ao mercado em sachês de dose única, com a quantidade certa de proteína sugerida para uso, possibilitando maior praticidade para seus consumidores. Já presentes nos Estados Unidos e Europa, as proteínas em forma de sachês finalmente serão encontradas nas redes de farmácias e drogarias de todo o Brasil. A Probiótica tem seus produtos aprovados por atletas e praticantes de atividades físicas de todo o mundo. O Iso Pro Whey e o 100% Whey Protein são suplementos proteicos indicados para atletas que precisam de proteínas com alto valor biológico. O Iso Pro Whey, além de conter elevados teores de aminoácidos, principalmente



de Leucina (aminoácido que exerce função chave na síntese muscular protéica), contém 0g de carboidrato. Ótimo para ser utilizado próximo aos treinos. Já o 100% Whey Protein é composto por três tipos de proteínas do soro do leite - Whey Protein -, que são as concentradas, isoladas e hidrolisadas, essenciais para auxiliar o desenvolvimento muscular. O RX-Pro é um shake rico em proteínas, carboidratos, vitaminas e minerais, oferecendo todos os nutrientes que o organismo precisa. Ideal para quem procura uma dieta balanceada e praticidade no dia a dia.

Além desses, outros produtos Probiótica também ganharão nova apresentação no próximo ano: Monster Black de 44 para 22 packs; Probiótica, de 90 para 60 caps; RIPP ABS de 90 para 60 caps; Massa Nitro de 1,4kg para 720g e Mega Malto de 1kg para 480g. www.probiotica.com.br

VOGLER APRESENTA DIVISÃO DE AROMAS E EMULSÕES

Oferecer ao mercado soluções é o grande talento da Vogler Ingredients. A empresa surgiu para atender uma demanda da indústria alimentícia, que necessitava de uma empresa focada nesse segmento. Assim, desde o início, a Vogler foi direcionada para ingredientes das mais diversas funções, como conservantes, corantes, acidulantes, hidrocolóides/gomas, gorduras especiais, entre outros. Aliado a idéia de oferecer soluções aos clientes, funcionando desde 2008, a divisão Vogler Systems, é focada na produção de *blends* e/ou sistemas personalizados, e hoje conta com oito linhas de produtos, Innogum, Innostab, Innodolce, Innovit, Innofiber, Innodox, Innoacid e Innocolor. Em 2011, a grande novidade foi o lançamento da divisão Flavors, focada em aromas e emulsões, tendo como grande diferencial, um produto com a marca Vogler Flavors. A divisão Vogler Flavors conta ainda com profissionais experientes, atendendo toda a indústria de alimentos, bebidas, laticínios, balas e doces, e com profissionais especializados para atender o segmento *pet food*, desenvolvendo projetos exclusivos para o seu produto. Ao lançar a marca Vogler

Flavors, a empresa se destaca como uma parceira completa de soluções, unindo ingredientes, cores e sabores. A Vogler Flavors já nasce com *know how* de mais de 20 anos de mercado, com agilidade e a qualidade que a Vogler já oferece. Desenvolvimentos completos de protótipos com funcionalidades e acompanhando as tendências do mercado mundial em um só lugar. www.vogler.com.br

MASTERSENSE FORTALECE SEU PORTFÓLIO COM FERMENTO INSTANTÂNEO



A MasteSense reforça sua presença no mercado de panificação com a marca exclusiva de fermento instantâneo Bakerdream. Este "sonho de fermento" é produzido com a tecnologia Angel Yeast Co., a terceira maior do mundo no setor. Disponíveis para aplicação em massa doce e salgada, o produto visa fortalecer todas as fatias do mercado, desde o nível industrial até o artesanal. O fermento instantâneo massa salgada é indicado para pães zero açúcar ou com teor de até 7% de açúcar. Possui alta atividade de fermentação com significativa redução de tempo, bem como promove boa expansão no fornecimento, coloração uniforme e boa textura. É adequado para aplicação em pães, *snacks* e biscoitos com fermentação biológica. Já o fermento instantâneo massa doce é indicado para pães cuja formulação contenha de 7% a 25% de açúcar. Reduz o tempo de fermentação, promovendo boa expansão no fornecimento e adapta-se a diferentes processos de fermentação (método direto ou esponja), fornecendo boa coloração e sabor aos pães. É adequado para aplicação em pães doces, pães semidoces e panetones.

A MasterSense traz para o Brasil as vantagens tecnológicas dos produtos das maiores empresas de ingredientes do mundo. Além disso, oferece soluções em ingredientes e aromas que aprimoram

os produtos para a indústria de alimentos. Tem serviço personalizado, garantindo pronto atendimento, respostas técnicas, definição de resultados e novas alternativas. É distribuidora oficial dos produtos Agropalma, Danisco, IFC, Kievit, Loders Croklaan, Niutang e Worlée. Atua em todo o segmento de alimentos levando para o território nacional novidades em ingredientes e aromas para alimentos. www.mastersense.com

GEMACOM TECH LANÇA SEU CALENDÁRIO DE WEBINARS 2012

A Gemacom Tech, primeira empresa de ingredientes do Brasil a implementar os seminários online, também conhecidos como Webinars, lança seu calendário 2012. No mesmo modelo do que foi realizado em 2011, os seminários serão realizados bimestralmente, começando no mês de abril até outubro (abril, junho, agosto e outubro). Os Webinars acontecem sempre às quintas-feiras, às 15h, e para ficar por dentro dos temas que serão apresentados, basta se cadastrar através do e-mail seminario@gemacomtech.com. Vale lembrar que para quem perder as palestras ao vivo, as apresentações são disponibilizadas no site da Gemacom Tech, no link 'webinar'. Para maiores informações: Tel.: (32) 3249-7600 ou pelo gemacomtech@gemacomtech.com.

TATE & LYLE RECEBE EXCELÊNCIA EM SEGURANÇA ALIMENTAR EM FÁBRICA QUE PRODUZ SPLENDA® SUCRALOSE



A fábrica da Tate & Lyle de Cingapura, que produz Splenda® sucralose, recebeu da Agência de Agricultura, Alimentos e

Veterinária do país a classificação "A", pelo quarto ano consecutivo, a mais elevada. Este resultado foi atingido após uma auditoria de segurança alimentar realizada pelo órgão oficial e dá continuidade ao excelente desempenho da fábrica desde que começou a funcionar em 2007. Todas as instalações responsáveis pelo processamento de alimentos em Cingapura são categorizadas pelo Esquema de Excelência em Segurança Alimentar da AVA, utilizando quatro notas - A (Excelente), B (Bom), C (Médio) e D (Passável/Satisfatório), que são baseadas no cumprimento das rígidas normas de higiene e segurança alimentícia. Para assegurar que os clientes sempre recebam produtos de qualidade consistente e com o mais elevado padrão de pureza, a fábrica de Splenda® sucralose, da Tate & Lyle, funciona com política de defeitos zero, utilizando um sistema de verificação de 50 pontos no processo, apoiado em serviço focado, rastreabilidade absoluta e segurança permanente dos suprimentos.

Segundo a Tate & Lyle, a empresa está focada em fornecer o mais alto nível de qualidade possível em todos os estágios de produção e da cadeia de suprimentos. O reconhecimento pela AVA é mais uma comprovação do investimento na qualidade e integridade dos produtos, e demonstra aos clientes que Splenda® sucralose continua estabelecendo *benchmarks* em termos de qualidade e pureza. Splenda® sucralose é a líder em adoçantes sem calorias, sendo o ingrediente de confiança no desenvolvimento de mais de 5.000 produtos, em mais de 80 países. Splenda® sucralose é cerca de 600 vezes mais doce do que o açúcar e incomparável na semelhança com o açúcar, em termos de gosto, perfis de sabor e estabilidade, além de funcionar muito bem com uma ampla gama de sistemas de alimentos e bebidas.

A Tate & Lyle é uma empresa global no fornecimento de ingredientes e soluções para os setores de alimentos e bebidas. Com cerca de 30 unidades fabris ao redor do mundo, a empresa possui uma produção em larga escala, podendo converter matérias-primas em ingredientes diferenciados, de alta qualidade, para a indústria de alimentos e bebidas. Seus ingredientes e soluções dão mais sabor e textura, são nutritivos e aumentam a funcionalidade dos

produtos que são consumidos todos os dias por milhões de pessoas ao redor do mundo. O portfólio de ingredientes alimentícios inclui as marcas sucralose Splenda®, fibra alimentar Promitor™ e polidextrose Sta-Lite®. A Tate & Lyle também produz ingredientes industriais, tais como os amidos de papel Bio-PDO™, Ethylex® e Sta-Lok®; além de ingredientes básicos tais como xarope de milho de alta frutose, etanol, ácido cítrico e amidos básicos. O Grupo de Inovação e Desenvolvimento Comercial também apóia os clientes no desenvolvimento de produtos, na assessoria técnica e em estudos exclusivos de percepção do consumidor. www.tateandlyle.com

IUFoST TRAZ PARA O BRASIL AS MAIORES AUTORIDADES MUNDIAIS EM CIÊNCIA DE ALIMENTOS



Pela primeira vez um país latino-americano sediará o mais importante congresso científico da área de ciência e tecnologia de alimentos no mundo. A cidade de Foz do Iguaçu, no Paraná, sediará este ano o XVI World Congress of Food Science and Technology do IUFoST. Realizado desde 1962, o evento pretende reunir, de 5 a 9 de agosto, mais de 4.000 participantes de todo mundo, entre eles, as maiores autoridades mundiais na área de ciência de alimentos. A conquista histórica para o país veio após uma detalhada apresentação do Brasil. O objetivo do congresso do IUFoST é discutir as últimas tendências sobre o desenvolvimento científico e tecnológico e a inovação na indústria de alimentos no cenário nacional e internacional. A organização do último congresso, realizado em 2010

em Cape Town, deixou a seguinte mensagem para as autoridades mundiais: “O problema da insegurança alimentar não será resolvido pela ciência e tecnologia de alimentos por si só, nem mesmo pela ciência sozinha, mas certamente não será resolvido sem a contribuição da ciência e tecnologia de alimentos”. As cidades que já receberam o congresso do IUFoST foram Londres (1962), Warsaw (1966), Washington (1970), Madri (1974), Kyoto (1978), Dublin (1983), Singapura (1987), Toronto (1991), Budapeste (1995), Sidney (1999), Seoul (2001), Chicago (2003), Nantes (2006), Shanghai (2008) e Cape Town (2010). www.iufost.org.br

MIL MIX APRESENTA LINHA DE PRODUTOS SAUDÁVEIS ZIMA HEALTH

A marca Zima Health é uma linha de produtos que está preocupada com a saúde e o bem estar de seus consumidores, com produtos mais saudáveis e *diet*. Entre eles destaca-se o bolo cremoso nutrição humana, rico em fibras e outros nutrientes que ajudam o bom funcionamento do intestino. Outra novidade é a linha sem glúten. Essa pré-mistura é usada para bolos nos sabores abacaxi, aipim, baunilha, chocolate, laranja, milho e biscoito, sendo que não utiliza trigo e nem contém a proteína que causa a doença celíaca, mas possui o mesmo sabor de um bolo comum. Já no segmento de panificação a Mil Mix possui os pães light sem glúten, que mesmo sem o glúten possuem um sabor acentuado e delicioso. Os pães podem ser encontrados nos sabores: aipim, alho, batata, branco, cenoura, ervas finas, fibras, integral, linhaça, milho, multicereais e soja. A Zima Health também possui a linha *light* para os adeptos de poucas calorias. Há uma diversidade de produtos e sabores, como o pão *light* de aveia, centeio, fibras, de forma, integral, milho, multicereais, preto, soja, lentilha e quinoa. Já a gama de pães francês *light* inclui o de alho, aveia, centeio, ervas finas, fibras, integral, linhaça, milho, multigrano e soja. O destaque é o pão prebiótico de fibras brancas *light* e o pão nutrição humana *light*, produto exclusivo da Mil Mix. Outras novidades

dentro da gama de produtos Zima Health mais diferenciados dentro do mercado de panificação são os pães de linhaça e amaranto com castanha do Pará, o pão de quinoa com castanha do Pará e pão francês *light* de açaí. www.milmix.com.br

TOP THERM LANÇA PROBIÓTICOS EM SACHES



Na definição da OMS (Organização Mundial de Saúde), probióticos são microorganismos vivos que geram benefícios à saúde de quem os consome. Exatamente por isso, os probióticos hoje são amplamente conhecidos como “bactérias do bem”. Nas últimas décadas, esses aliados da saúde passaram a ser cada vez mais estudados pela ciência, figurando como um dos principais ingredientes funcionais de alimentos saudáveis. Produtos lácteos frescos, como iogurte e leite fermentado, estão entre as fontes mais conhecidas de probióticos. A partir de agora, porém, quem se preocupa com a saúde conta com uma nova e totalmente prática alternativa para consumo regular desses pequenos grandes aliados. Trata-se de Top Flora, o primeiro probiótico em sachê do Brasil, que está sendo lançado pela Top Therm, empresa número 1 do mercado de iogurtes caseiros. Para obter todos os benefícios do produto, basta consumi-lo com saladas de frutas, vitaminas ou bebidas como leite, água, chás, sucos e água de coco. Finos e menores do que uma caixa de fósforos, os sachês Top Flora dispensam refrigeração e podem ser levados até na carteira. Proveniente da Europa, o produto foi especialmente tropicalizado, apresentando estabilidade em temperaturas médias superiores a 25°C. Isso garante concentração por unidade superior a 108 UFC, conforme recomendação (FAO/WHO 2002) como

dose diária. Ou seja, cada envelopinho contém mais probióticos do que a população da Terra. As cepas são produzidas na Itália pela Clerici-Sacco, referência global em culturas microbianas, com as quais atua desde 1872. Contendo várias camadas para garantir barreira a luz e umidade, os sachês de Top Flora são aluminizados e fabricados na Dinamarca com a mais alta tecnologia de embalagem e acondicionamento. Além de estimular o intestino preguiçoso e prevenir intoxicações alimentares, os probióticos Top Flora são eficazes no fortalecimento da barreira imunológica. Top Flora também melhora a absorção de nutrientes, atuando na produção de vitaminas e colaborando para uma menor incidência de alergias. Nas mulheres, reduz o risco das infecções no trato urogenital e acaba de vez com problemas de constipação, melhorando o humor e a saúde da pele. www.toptherm.com.br

CHR. HANSEN LANÇA CORANTES NATURAIS INSTANTÂNEOS PARA BEBIDAS EM PÓ



A categoria de bebidas em pó é um importante segmento da indústria de bebidas. Os principais atributos desses produtos são a conveniência, praticidade, facilidade no preparo e a economia. Dessa forma, as bebidas em pó tornam-se uma alternativa amplamente aceita pelos consumidores e apresentam grande consumo no país. Todas essas vantagens ganham ainda mais valor, se a aparência do produto agrada os exigentes consumidores. E foi pensando nesta necessidade da indústria, que a Chr. Hansen desenvolveu o I-Colors® - uma linha exclusiva de corantes naturais instantâneos para bebidas em pó. Além de apresentarem uma alta capacidade de dissolução e facilidade na aplicação,

as novas soluções da linha I-Colors® também podem ser combinadas para atingir diferentes tonalidades. Esses benefícios representam uma série de novidades aos fabricantes de bebidas em pó, que a partir de agora, poderão contar com um novo jeito de colorir os seus produtos, de maneira mais fácil e eficiente. O mercado de bebidas em pó é especialmente popular na América do Sul e na Ásia, principalmente por sua habilidade de suportar condições quentes e apresentar longa validade. A linha I-Colors® está disponível nas cores amarelo, laranja, vermelho e roxo para aplicação em diversos sabores. www.chr-hansen.com/i-colors

PURAC GANHA “FI EXCELLENCE AWARD” COM PURAQ® AROME NA4

A Purac ganhou o “FI Excellence Award 2011” na Europa, por seu aroma natural para redução de sódio: PuraQ Arome NA4, na categoria “inovação do ano em sabor/carne”. O prestigioso prêmio sucede a indicações de duas soluções alimentícias da Purac este ano, um reconhecimento de sua dedicação à preservação natural de alimentos e produtos fermentados. Como as autoridades de saúde continuam a destacar os perigos do excesso de sódio para a saúde pública, este prêmio destaca aos processadores de alimentos que a redução de sal não é apenas possível, mas pode realmente melhorar seu produto final. O PuraQ Arome NA4 é uma solução multifuncional que permite aos produtores de alimentos reduzir o sódio em até 40%, sem comprometer a qualidade original, mantendo o sabor salgado, melhorando a textura, e ainda mantendo a segurança alimentar e a vida de prateleira. Os fabricantes de alimentos podem, inclusive, realçar os sabores, enquanto reduzem os níveis de sal, graças à capacidade do PuraQ Arome NA4 de realçar o sabor salgado dos alimentos. A linha do PuraQ Arome NA4 pode ser usada em uma ampla variedade de produtos alimentícios, incluindo carnes, aves, saladas prontas, pães, molhos para snacks, patês, molhos para salada e molhos de tomate. www.purac.com/sodiumreduction

CATUPIRY LANÇA LINHA SABORES



Após as comemorações do centenário do famoso queijo brasileiro, a Laticínios Catupiry quer olhar para os próximos cem anos. Como parte de uma nova estratégia de marketing para se modernizar e se aproximar das próximas gerações, a empresa lança a linha Sabores. Em formato inovador de copo, a nova linha de queijo cremoso chega ao mercado nos sabores tomate seco, azeitonas pretas, ervas finas e cheddar. A novidade chega às gôndolas de todo o Brasil em potes de 200 g para o consumidor final. Importantes parcerias e ações de marketing também fazem parte do novo plano estratégico para garantir longevidade à empresa. Em 2012 a Catupiry esteve pela primeira vez na Apas, lançou uma edição especial de sanduíche de Frango com Catupiry com o Mc Donalds, promoveu o primeiro encontro de empreendedores no segmento de pizzarias com a Associação Pizzarias Unidas e fechou parceria com o SENAC para participar ativamente da formação e profissionalização dos futuros chefs em seus cursos de gastronomia.

No último semestre, a Catupiry lançou duas latas comemorativas estilizadas com o logo do centenário para celebrar o importante aniversário e lançou uma embalagem especial para o Natal. Foi uma surpresa, um presente para os fãs. E há mais por vir. Além da nova linha Sabores, fizeram parte das comemorações o rejuvenescimento da marca com um novo layout em todas as embalagens que, sem perder sua essência, ficará mais moderno, e outros lançamentos de produtos. www.catupiry.com.br

WICKBOLD INVESTIRÁ R\$ 25 MILHÕES EM EXPANSÃO NACIONAL

A Wickbold, que superou a meta de chegar ao meio bilhão e comemora um

faturamento anual de R\$ 511 milhões, apresenta em 2012 um elaborado plano de expansão nacional, que inclui a inauguração de fábricas em regiões inéditas. Entre as três maiores empresas de panificação do país, a expectativa é de chegar ao primeiro bilhão anual em três anos. Atualmente, conta com uma unidade fabril no Rio de Janeiro e outras três em São Paulo. O Estado escolhido para a construção da quinta fábrica é Santa Catarina, a ser inaugurada até o final deste ano, com o objetivo de melhorar a distribuição na região Sul. O empreendimento aumentará a capacidade produtiva em 12%, suprindo à alta demanda de mercado. Outro aspecto a considerar é a melhoria no tempo de entrega de produtos na região Sul, garantindo que cheguem ainda mais frescos e saborosos aos consumidores locais. Também está prevista para este ano a ampliação da fábrica de Hortolândia, SP, onde funcionará uma quarta linha de produção, aumentando sua capacidade produtiva em 25%. Inaugurada em 2007, a unidade conta com uma área total de 72.352m² e uma área construída de 22.411m², sendo responsável pela produção de pães especiais, tradicionais e bisnaguinhas. Seguindo o novo plano de expansão e dando continuidade a um intenso processo de modernização iniciado em 2008, a Wickbold pretende oferecer ao mercado, a cada ano, lançamentos saborosos, nutritivos e inovadores, elaborados com toda a qualidade, pioneirismo e tradição que marcam os 74 anos da empresa. A marca detém a liderança no segmento de pães especiais, que inclui as linhas Integral, Light e Funcional (linha Estar-Bem), sendo esta a única no mercado de pães funcionais registrada pela ANVISA. Possui quatro unidades fabris e nove unidades de distribuição no Brasil, que comercializam produtos em São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás, Distrito Federal, Tocantins e Bahia. www.wickbold.com.br

TATE & LYLE APRESENTA A NOVA LINHA DE AMIDOS EXTRA SECOS

A Tate & Lyle, fornecedora global de soluções para ingredientes e alimentos,

anunciou a expansão de sua variedade de amidos nativos, com a introdução de dois produtos de amido extra secos: Merizet® 116 e Merizet® 118, com baixo teor de umidade, em geral, de 5% a 7% respectivamente. Os amidos extra secos são utilizados em massas congeladas, sopas desidratadas, massas, molhos, sobremesas e outras misturas secas em que o controle da umidade é crucial. Melhoram a estabilidade e tempo de validade do produto final, ajudando a evitar o desenvolvimento de umidade no produto durante o armazenamento. Os amidos extra secos são fundamentais para as misturas secas comercializadas nos mercados tropicais. Clotilde Feuillade, Gerente de Produtos Texturantes na Tate & Lyle Speciality Food Ingredients, comenta: "Há uma demanda cada vez maior no mercado por amidos extrasecos, cuja produção é de alta complexidade. Por isso, é com grande satisfação que apresentamos essas duas novas variedades, ajudando os fabricantes a formular seus produtos com mais facilidade". As duas novas referências de amido são feitas a partir do milho não geneticamente modificado e fabricadas na principal unidade europeia da Tate & Lyle na Holanda. Embora a fábrica seja especializada em amidos modificados, também produz amidos nativos com valor agregado, tais como os amidos granulados Merizet® 150 e Merizet® 158 para uso em doçaria e confeitaria.

A Tate & Lyle é uma empresa global no fornecimento de ingredientes e soluções para os setores de alimentos e bebidas. Com cerca de 30 unidades fabris ao redor do mundo, a empresa tem uma produção em larga escala, podendo converter matérias-primas em ingredientes diferenciados, de alta qualidade, para a indústria de alimentos e bebidas. Seus ingredientes e soluções dão mais sabor e textura, são nutritivos e aumentam a funcionalidade dos produtos que são consumidos todos os dias por milhões de pessoas ao redor do mundo. Seu portfólio de ingredientes alimentícios inclui as marcas líderes de mercado, sucralose Slenda®, fibra alimentar Promitor™ e polidextrose Sta-Lite®. A Tate & Lyle também produz ingredientes industriais, tais como os amidos de papel Bio-PDO™, Ethylex® e Sta-Lok®; além de ingredientes básicos, tais como xarope de milho de alta frutose, etanol, ácido cítrico e

amidos básicos. O Grupo de Inovação e Desenvolvimento Comercial também apóia os clientes no desenvolvimento de produtos, na assessoria técnica e em estudos exclusivos de percepção do consumidor. www.tateandlyle.com

PURATOS APRESENTA NOVIDADES PARA COBERTURAS E RECHEIOS



A Puratos apresenta ao mercado as novidades para coberturas e recheios da linha Carat: é o Carat Trufex. Creme de cacau trufado e aerado, o Trufex é sucesso na Europa e confere uma textura mais leve aos recheios de bolos, tortas, trufas, bombons, pão de mel e infinitas delícias que dão asas à criatividade de doceiras e confeitarias. O Trufex, que traz a expertise Puratos no desenvolvimento de produtos inovadores, tem duas relevantes características: praticidade, não requer mão de obra especializada e garante a padronização das receitas; e versatilidade, permite inúmeras combinações, seja com todos os outros recheios da própria linha Carat, ou seja com adição de frutas secas, saborização com licores diversos, combinando bem com preparados de doce de leite, como o Decorrem Doce de Leite. Sabor e aroma intenso de chocolate, econômico e fácil de preparar, são outras características do Carat Trufex, de textura cremosa, excelente brilho, corte limpo e estabilidade ao congelamento / descon-



gelamento, ideal para tortas mousse ou trufadas e recheio de bombons. Trufex é fornecido em baldes de 5 kg, com longa validade de nove meses. A produção de um chocolate genuíno é uma forma de arte, e a Puratos é mestre do gênero. Profissionais em todo o mundo exploram sua criatividade utilizando a linha ilimitada de produtos exclusivos da Puratos: chocolates, coberturas, recheios, decoração. www.puratos.com.br

GUARANI LANÇA NOVAS EMBALAGENS DE AÇÚCAR REFINADO E CRISTAL

Em linha com as diversas ações voltadas para a sustentabilidade e também com o processo de revitalização da sua logomarca, a Guarani lançou suas novas embalagens de açúcar refinado (1 e 5kg) e açúcar cristal (1, 2 e 5kg). A nova identidade agrega valor emocional e conceitos atuais de bem viver, além de promover maior destaque e visibilidade para os produtos. Assim como a nova logomarca que transmite atualização, renovação, modernidade, mas preserva a identidade da marca, as novas embalagens mantêm as cores tradicionais com os tons de verde e vermelho para o açúcar refinado, e azul e vermelho para o açúcar cristal. Essa proposta reforça a identidade da marca e facilita a vida das consumidoras para que encontrem o produto de maneira mais fácil. O novo visual insere a marca em um contexto mais convidativo e sugestivo através da inclusão de uma personagem que traz emoção, modernidade e afinidade com as consumidoras, além de dar graça e força à embalagem. A Guarani inovou incorporando dicas de bem-estar e de saúde, e o conceito de conscientização de uso do açúcar revelando assim transparência e postura adequada. www.guarani.com.br

AMAZON WATERS CHEGA AO BRASIL E LANÇA NOVA CATEGORIA DE BEBIDAS

A AMAZON Waters desembarca no Brasil e insere no mercado uma nova categoria de bebidas, desenvolvida para

os amantes das bebidas naturais e não gaseificadas: o coco+tea traz um mix de ingredientes ricos em nutrientes com base na água de coco, acrescido de chá. A combinação oferece os benefícios conhecidos da água de coco, como a hidratação, e os naturais dos chás. Ideal para os esportistas, para o dia-a-dia e também acompanha qualquer refeição. O produto é totalmente sem conservantes também é uma boa opção para os adeptos da alimentação saudável. Alguns dos ingredientes utilizados na composição dos líquidos são provenientes da natureza brasileira, mais especificamente da Floresta Amazônica. A empresa mantém ainda uma plantação de cocos na Bahia, fato este que atesta que a bebida base de seus produtos seja sempre fresca e de alta qualidade. Outro diferencial do coco+tea é a embalagem, que traz uma comunicação moderna, reforçando o conceito de inovação do produto e que o "diferente é ser natural", destacando-se também das embalagens convencionais de água de coco. A bebida está disponível nas versões água de coco + chá branco, água de coco + chá de menta, e água de coco + chá verde. O produto foi desenvolvido pela equipe da AMAZON Waters nos Estados Unidos utilizando laboratórios locais para produtos naturais e por meio de biólogos no Brasil. Nos Estados Unidos o produto é envasado em PET e no Brasil em Tetra Pak.

A empresa, que chega agora ao Brasil, já está estabelecida nos Estados Unidos, onde atua com duas linhas de produtos: Funcional Waters e o coco+tea. www.amawaters.com

DUPONT NUTRITION & HEALTH EDITA NOVAS INFORMAÇÕES SOBRE BACTÉRIAS ÁCIDO-LÁCTICAS

Pesquisadores renomados deram a sua contribuição para o manual mais completo sobre bactérias ácido-lácticas - microorganismos chave nos alimentos fermentados e probióticos.

Editado pelos cientistas da DuPont (antes, Danisco), Sampo Lahtinen e Arthur Ouwehand, em conjunto com os professores Seppo Salminen e Atte von Wright, a quarta edição de

"Bactérias ácido-lácticas" é de interesse de todos os profissionais que trabalham com este tipo de bactéria.

O livro de referência, com 800 páginas, cobre todos os aspectos básicos e aplicados das bactérias ácido-lácticas e das bifidobactérias, incluindo novas descobertas, taxonomia revisada, aplicações no campo da tecnologia de alimentos, funcionamento probiótico, saúde, normas e aplicações. Na lista de autores encontram-se renomados cientistas como: Willem de Vos, Gregor Reid, Lorenzo Morelli, Ingolf Nes, Douwe van Sinderen e Hanja Szajewska. Além disso, outros dois cientistas da DuPont, Rodolphe Barrangou e Anna Lyra, são coautores de dois capítulos. www.dupont.com

GLOBALBEV FORTALECE POSIÇÃO NO MERCADO

A Globalbev colheu os frutos do crescimento da renda e de uma acertada estratégia de produtos. O grupo faturou R\$ 225 milhões, registrando crescimento de 28% em 2011. A junção destes dois elementos coloca a empresa na busca de crescer mais 35% em 2012 e chegar à casa de R\$ 300 milhões de faturamento. O mercado de bebidas e alimentos teve situações distintas no ano de 2011. Com o aumento do poder aquisitivo, os produtos diferenciados tiveram crescimento mais consistente do que os produtos populares. Esta situação beneficiou a Globalbev, cuja linha de produtos atende a um público que quer produtos diferenciados em segmentos comuns que estão em crescimento acelerado. Um exemplo disso é o mercado de sucos, onde a empresa possui produtos diferenciados e exclusivos, com embalagens mais trabalhadas e maior destaque nos canais de comercialização. Outra face desta estratégia pode ser vista no crescente segmento de energéticos, onde a Globalbev trabalha com três marcas. De acordo com a visão estratégica da Globalbev em 2012 haverá uma situação ainda mais acentuada de busca de exclusividade e marcas diferenciadas. Por isso, a empresa reforçou o foco em seus lançamentos, especialmente na linha Amazoo, a primeira de açaí cremoso comercializada em embalagens cartonadas. www.globalbev.com.br