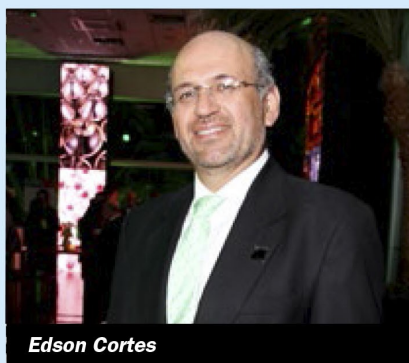


MANE DO BRASIL PRESENTE EM TODAS AS CATEGORIAS DE PRODUTOS DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS

Com mais de 140 anos no mercado e considerada uma das líderes mundiais na criação e fabricação de aromas, a Mane se destaca no cenário mundial de ingredientes alimentícios pela sua competência e inovação. Em entrevista exclusiva para a revista FiB - Food Ingredients Brasil - o Diretor Geral da Mane Brasil, Edson Cortes, e o Diretor da Divisão Aromas da Mane Brasil, Renaud Milliard, falam sobre a atuação da empresa no Brasil, a importância desse mercado para o Grupo Mane e sobre os projetos futuros.

Revista Food Ingredients Brasil (FiB) - A Mane é uma empresa de origem francesa com mais de 140 anos de atuação no mercado de fragrâncias e aromas. Qual a história da empresa e o que despertou o seu interesse para se instalar no Brasil?



Edson Cortes

Edson Cortes - Em 1871, no Sul da França, em Bar-Sur-Loup, Victor Mane começou a produzir materiais provenientes de flores e plantas regionais. Algum tempo depois, Eugéne e Gabriel, filhos de Victor Mane, modernizam e iniciam a internacionalização dos negócios da família e a pequena destilaria começa a crescer e ganhar notoriedade.

Em 1959, Maurice, filho de Eugéne, assume o lugar do pai, sob a sua liderança, a empresa aumenta a capacidade de produção, é criado o departamento de pesquisa & desenvolvimento, laboratórios analíticos

e diversifica sua gama de aromas para a indústria de alimentos, além de fortalecer a globalização, criando empresas subsidiárias.

Em 1995, Maurice aposenta-se e seu filho mais velho, Jean Mane, é indicado como presidente do Grupo

“O mercado global de aromas & fragrâncias foi estimado em torno de U\$ 25 bilhões em 2014, o Brasil tem uma fatia de pouco mais de 3% deste total, isso mostra o enorme potencial que ainda temos para conquistar no país”.

Mane, e seu outro filho, Michel Mane, indicado como Presidente da região Américas. Atualmente, ambos permanecem no comando da companhia,



Renaud Milliard

“A Mane foi umas das pioneiras no trabalho com a baunilha, ter este ingrediente como um dos primeiros pilares da empresa, nos proporcionou a consistência para termos uma cadeia de abastecimentos sólida e sustentável no mercado global”.

sendo um privilégio ter a essência e DNA da Mane sempre muito presentes na liderança e gestão dos negócios globais.

A Mane chegou ao Brasil em 1953 e identificou no país grande potencial e muitas oportunidades para serem exploradas, com uma grande diversidade de cultura e consumidores e muito espaço para inovações.

FiB - Quais os segmentos atendidos e quais os produtos disponibilizados pela Mane para o mercado mundial?

Renaud Milliard - A Mane atende, e está presente, em todas as categorias de produtos da indústria de alimentos e bebidas. Constantemente monitoramos as movimentações do mercado, como é o caso da categoria de salgados, focada em *snacks*, pratos prontos, caldos e cubos e condimentos, com um olhar especial à redução de sódio e tecnologias que possam contribuir com a melhoria da *performance* dos produtos finais; a categoria de bebidas, com enorme potencial para inovações com apelo saudável e funcional; e a categoria de guloseimas e chocolates, que sempre traz inovações e conceitos *fun* para um público dinâmico que busca produtos “fora da caixa”.

Temos ampla plataforma tecnológica em aromas como sistemas de encapsulamento, soluções que promovem e potencializam sensações, e soluções naturais em sistemas de aromatização, que conferem alto desempenho ao produto final e atendem de forma inovadora e eficaz nossos clientes.

FiB - A Mane é uma das líderes mundiais na criação e fabricação de fragrâncias e aromas. Qual o foco da Mane no mercado brasileiro de ingredientes alimentícios?

Renaud Milliard - Através do nosso *know how* de pessoas e estrutura, antecipamos e identificamos tendências globais e locais de mercado, a fim de desenhar e definir as melhores estratégias para curto, médio e longo prazo.

Estamos plenamente aptos a desenvolver trabalhos *tailor-made* que geram resultados muito satisfatórios. Sobretudo, para clientes especiais que querem se aproximar do consumidor de forma diferenciada e impactar sensorialmente, através de um aroma que cria a identidade de um produto para torna-lo inconfundível.

FiB - Qual a importância do mercado brasileiro para as atividades globais da Mane?

Edson Cortes - O mercado brasileiro é de grande importância para o Grupo Mane, tanto que iniciamos o ano de 2015 com a inauguração do nosso Centro Criativo, localizado na região da Lapa, em São Paulo. Este novo Centro Criativo possui laboratórios de aplicação dedicados por categorias de produto, cabines sensoriais, estrutura de *focus group* e o *Gallery*, um diferencial que o Grupo Mane possui globalmente para apresentações dinâmicas e inovadoras.

Sendo o Brasil um grande *player* como economia e mercado, também apoiamos, através da nossa estrutura,

a região Mercosul, que possibilita um destaque importante frente a esses mercados.

O mercado global de aromas & fragrâncias foi estimado em torno de U\$ 25 bilhões em 2014, o Brasil tem uma fatia de pouco mais de 3% deste total, isso mostra o enorme potencial que ainda temos para conquistar no país. A Mane quer valorizar ainda mais nossas riquezas naturais, sabores tão particulares que só encontramos aqui e que devemos expor para o mundo, temos a curiosidade, a vontade e a criatividade, e nosso país tem uma infinidade de oportunidades a serem exploradas para sermos ainda mais reconhecidos.

FiB - A Mane é uma das maiores fornecedoras de aromas naturais de baunilha do mercado mundial. Qual a importância desse ingrediente para o mercado alimentício?

Renaud Milliard - A Mane foi umas das pioneiras no trabalho com a baunilha, ter este ingrediente como um dos primeiros pilares da empresa, nos proporcionou a consistência para termos uma cadeia de abastecimentos sólida e sustentável no mercado global.

A baunilha é uma das especiarias mais utilizadas no mundo e um dos principais sabores utilizados na indústria alimentícia, principalmente nas categorias de sorvetes e achocolatados.

As favas da Mane são cultivadas em Madagascar através de uma parceria estratégica que temos há mais de 15 anos na região. Todos

os parâmetros que garantem uma produção de qualidade são controlados durante o ciclo de vida da orquídea: plantio, polinização manual, seleção das vagens de acordo com o estágio de maturação, cura e colheita.

Através dos órgãos responsáveis certificados, asseguramos a ética e sustentabilidade dos trabalhadores e da área de cultivo que nos proporcionam esta incrível especiaria.

FiB - *A extração das moléculas aromáticas das favas de baunilha é realizada por diferentes processos, o que resulta em diferentes extratos, com concentrações aromáticas e perfis diferenciados. Como a Mane desenvolve esse processo e como essa tecnologia é aplicada na criação e produção dos aromas?*

Renaud Milliard - Temos quase 150 anos de experiência em extração de produtos naturais, e até hoje continuamos a investir em novas tecnologias para otimizar essa extração. Nossas técnicas variam desde a mais tradicional infusão até o uso de fluido supercrítico, que originam os mais diversos perfis de insumos para a criação dos mais diferenciados perfis de aroma de baunilha, obtendo a melhor *performance* nas mais diversas aplicações. Ainda garantimos a melhor qualidade e total controle e rastreabilidade sobre nossos processos, uma vez que acompanhamos desde o cultivo da baunilha até o processo de extração.

FiB - *Quais os instrumentos utilizados para garantir a qualidade dos produtos disponibilizados ao mercado e reconhecidos mundialmente?*

Renaud Milliard - A Mane possui as certificações ISO 9001 e FSSC 22000 na fábrica localizada no Rio de Janeiro, que garantem a integridade e padronização dos nossos aromas e asseguram aos nossos clientes produtos confiáveis. Temos rígidos programas de qualidade com fornecedores e constantes avaliações, bem como a

“O mercado brasileiro é de grande importância para o Grupo Mane, tanto que iniciamos o ano de 2015 com a inauguração do nosso Centro Criativo”.

melhoria contínua que é ponto chave para otimizar e aprimorar nossos padrões. Também somos auditados periodicamente por clientes, que atestam a seriedade dos nossos programas.

FiB - *A Mane possui mais de 40 centros de pesquisa e desenvolvimento espalhados pelo mundo e, recentemente, inaugurou um novo centro criativo no Brasil. Qual a importância desse novo espaço para o desenvolvimento de novos produtos?*

Edson Cortes - Este espaço nos permitiu uma maior aproximação e fidelização com os nossos clientes. O *customer intimacy* é um ponto determinante para entendermos ainda melhor as necessidades dos nossos clientes, além de aumentar a assertividade dos projetos e excelência no atendimento.

Um produto desenvolvido a quatro mãos permite colocar o nosso melhor, e em conjunto com o melhor do cliente, teremos um resultado excepcional.

FiB - *Além do novo centro criativo, a Mane planeja investir na construção de uma nova fábrica no Brasil. Qual o objetivo dessa nova unidade e o que ela representa para a Mane e para a indústria de alimentos e bebidas?*

Edson Cortes - Um grande passo foi dado com o investimento de uma

nova fábrica e Centro Criativo, completamente novos e desenhados para estarmos mais próximos e sermos ainda mais assertivos e ágeis nas soluções para nossos clientes. A nova fábrica estará localizada no interior de São Paulo, em Jundiá, região que proporcionará atendimento superior e agregará valor à nossa cadeia e nível de serviços aos nossos clientes globais e locais.

Sobretudo, teremos incremento na produtividade, aumentaremos nossas tecnologias e nossa capacidade de abastecimento. Estaremos preparados e com expectativas muito positivas para as necessidades do mercado brasileiro dos próximos 20 anos.

FiB - *Quais as expectativas e projetos da Mane para o ano de 2016?*

Edson Cortes - Uma das expectativas é obviamente continuar com o crescimento acima da média do mercado, em momentos de grandes desafios que vivemos atualmente, a criatividade, a inovação e o serviço fazem toda a diferença. Temos tudo, e agora podemos obter oportunidades únicas, tirar proveito das nossas fortalezas e nos consolidarmos. Historicamente, a Mane sempre teve grande êxito nesses momentos e conseguimos crescer e nos posicionarmos em várias regiões do mundo.

Cada vez mais o mercado procura soluções naturais e saudáveis, a Mane possui estrutura, técnicos e científicos *state-of-the-art* que estão sempre em busca de diferenciais. Temos em nosso DNA uma sólida base para atender as demandas atuais. Os clientes esperam diferenciação, é um momento de gerar ideias e maximizar parcerias, nosso objetivo principal é sermos inovadores para entregarmos soluções competitivas e de valor agregado.

Transferimos toda a *expertise* global para o mercado brasileiro, desse modo asseguramos consistência, assertividade e sustentabilidade dos negócios.