

JORNAL DO CAFÉ

Edição Nº 202 - 2018

Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

Edição Especial



Anos

*Você vai relembrar momentos inesquecíveis
de lutas e conquistas em prol da indústria de café
e do consumidor brasileiro*



26° ENCAFÉ

ENCONTRO NACIONAL DAS INDÚSTRIAS DE CAFÉ

Associação Brasileira

ABIC
da Indústria de Café

NESTE ANO, O MAIOR
ENCONTRO DA INDÚSTRIA DE
CAFÉ SERÁ INTERNACIONAL!

de 25 a 29 de
novembro de 2018

**INSCREVA-SE
AGORA EM
abic.com.br**



enJOY | PUNTA DEL ESTE - URUGUAI

A PALAVRA DA ABIC

O ano de 2018 é um marco para nossa entidade. Comemoramos 45 anos de fundação. Quase meio século de muitas conquistas, lutas em prol da indústria de café, do torrefador e, principalmente, desenvolvendo – com muito esforço – um trabalho grande pela melhoria da qualidade do café, para atender a um consumidor cada dia mais atento, exigente e que sempre está em busca de novidades. Nessa edição Especial do JC apresentamos uma retrospectiva desses anos.

Nossa história de sucesso é marcada pelo profissionalismo, empenho e pela dedicação de várias pessoas que contribuíram de alguma forma para que hoje a ABIC seja reconhecida e respeitada não somente no Brasil como também em outros países.

Entre os grandes fatos que marcam nossa caminhada, não podemos deixar de destacar o lançamento do Selo de Pureza ABIC e o PQC – Programa de Qualidade do Café, projeto inédito no mundo que avalia o café torrado e o certifica em categorias. Hoje temos quase 900 marcas participantes.

Quero deixar registrado meu agradecimento e reconhecimento a todos os presidentes, vice-presidentes, diretores, conselheiros, funcionários e colaboradores que passaram pela ABIC, que num esforço conjunto, tornaram o sonho de alguns abnegados uma realidade importante para a cadeia produtiva do café e para o consumidor.

Esse ano também marca o primeiro Encafé a ser realizado no exterior. Muitos perguntam qual o motivo do nosso encontro acontecer fora do Brasil. São poucos os locais com estrutura adequada para atender um evento do porte do Encafé, com um grande número de apartamentos, um centro de convenções que comporte a exposição, auditório e salas de apoio. Por isso é que estávamos repetindo os hotéis. Então, buscamos opções fora do Brasil, com custos compatíveis e condições adequadas.

O balneário de Punta Del Este, no Uruguai, é um local extremamente agradável, relativamente perto, com a duração dos voos dos principais aeroportos brasileiros em torno de 2

horas e um destino sempre lembrado pelos nossos associados e participantes do evento. O Hotel Enjoy (antigo Conrad), além de ser um 5 cinco estrelas conhecido internacionalmente, atende a todas as nossas necessidades, com valores muito parecidos aos melhores hotéis do Brasil.

O 26º Encafé, cujo tema é “Inovação e Transformação Digital – qual o melhor futuro para sua empresa?”, é o espaço adequado para abrir novas fronteiras, conhecer novos mercados, aprofundar relacionamentos e trocar experiências. É a grande oportunidade de apresentar nossa indústria para o mercado latino-americano.

Aproveito para agradecer o apoio e a participação dos nossos expositores, que com grande empenho, levam conhecimento, novidades, tecnologias e equipamentos ao Encafé.

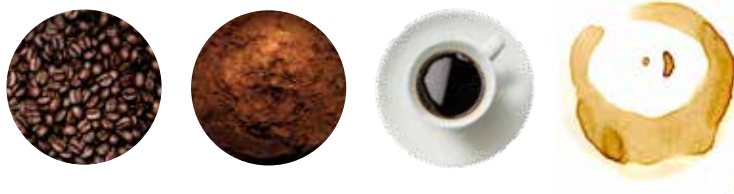
E em ano de eleição, não posso deixar de ressaltar a importância para o nosso País do voto consciente de todos os eleitores, pois esse é o caminho para chegarmos a um País digno e justo.

Neste ano, estamos passando por grandes transformações no setor, com aquisições, grandes investimentos em fábricas e equipamentos e na mídia. Essa movimentação toda acontece justamente num ano de uma super safra, quando teremos uma ampla oferta de cafés, possibilitando que as indústrias atendam às exigências de seus clientes, com cafés de qualidade e diversificados.

Demos início à nossa campanha de marketing, investindo cerca de R\$ 1,5 milhão de recursos próprios, mantendo o mote do ano passado em nossas mensagens: “Café Certificado sempre vai bem”.

Como poderão ver nessa edição do Jornal do Café o ano de 2018 está marcante. Boa leitura.

Ricardo de Sousa Silveira
Presidente



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO TRIÊNIO 2016 – 2019



PRESIDENTE

Ricardo de Sousa Silveira
Café Cristal Ltda. - MG



1º VICE-PRESIDENTE

Carlos Roberto Vianna (em exercício)
Dicasa Ind. e Comércio de Alimentos Ltda. - GO



VICE-PRESIDENTES

Vice Presidente de Relações Institucionais
Carlos Roberto Viana
Dicasa Ind. e Comércio de Alimentos Ltda. - GO



Vice-Presidente Jurídico
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Café Lourenço Ind. e Comércio Ltda. - SP



Vice-Presidente de Planejamento e Exportação
Lívio Baraúna Assayag
Ind. de Café Manaus Ltda. - AM



Vice-Presidente de Qualidade e Programa de Certificação
Pavel Monteiro Cardoso
Sobesa Indl. de Alim. Santanense Ltda. - BA



Vice-Presidente de Marketing e Comunicação
Bernardo Wolfson
Conselho Consultivo Melitta do Brasil Ind. e Com. Ltda. - SP



Vice-Presidente de Tecnologia e Modernização
Sílvio Aparecido Alves
Florão Alimentos Ltda. - PR



Vice-Presidente de Administração e Finanças
Marco Antônio Campos
Café Itaú Ltda. - MG



Vice-Presidente de Economia e Estatística
Edvaldo Frasson Teixeira
Treviolo Café Ltda. - SP



Vice-Presidente de PMES, Meio Ambiente e Sustentabilidade
Micheli Poli Silva
J.J. Mattos Ind. e Comércio de Café Ltda. - SC



DIRETOR EXECUTIVO

Nathan Herszkowicz

REPRESENTANTES REGIONAIS

Nordeste - Francisco Leonel Pereira Freire
São Bráz S/A Ind. e Comércio de Alim. S.A. - PB

Norte - José Iovan Teixeira
Cical Ind. e Comércio de Prod. Alim. Ltda. - RO

Centro-Oeste - Wilson Oliveira
Café Rancheiro Agro Industrial Ltda. - GO

Sudeste - Vagner Lorenzetti Millani
Torrefação Noivacolinenses Ltda. - SP

Sul - Ewaldo Wachelke
Ind. e Comércio de Café Juliana - PR

EXPEDIENTE

O **Jornal do Café** é uma publicação da **Associação Brasileira da Indústria de Café - ABIC**, enviada à associados, autoridades, entidades e pessoas representativas do setor cafeeiro. Os artigos assinados não refletem, necessariamente a opinião ou pensamento da entidade.

Diretor de Marketing e Comunicação da ABIC

Bernardo Wolfson

Editores: Eduardo Buitron –

edutempocom@uol.com.br e

Gabriela Buitron – gabi@tempocom.com.br

Fotos: Cláudio Arouca

Redação:

Tempo de Comunicação

Rua Piracuama, 280 - cj. 44 - Perdizes

São Paulo - SP - CEP 05017-040

Fone: (11) 3868 4037

Criação, Diagramação e Projeto Gráfico:

GSB2 Publicidade

Praça Rio Branco, 13 - Centro

Espírito Santo do Pinhal - SP - CEP 13.990-000

Fone: (19) 3661 1313

jornaldocafe@gsb2.com.br

www.gsb2.com.br

Impressão: Gráfica Novo Mundo

Tiragem: 2.000 exemplares

ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café

Rua Visconde de Inhaúma, 50 - 8º andar

Rio de Janeiro - RJ - CEP 20091-007

Fone (21) 2206-6161

abic@abic.com.br - www.abic.com.br



/tudodecafe



@tudodecafe



@abic_cafe

ÍNDICE

- 06 HISTÓRIA**
45 ANOS DE LUTAS EM PROL DA
INDÚSTRIA DE CAFÉ E DO CONSUMIDOR
BRASILEIRO



- 18 GALERIA DOS
PRESIDENTES**

- 20 ENTIDADE**
14ª EDIÇÃO ESPECIAL DOS MELHORES
CAFÉS DO BRASIL - SAFRA 2017
CELEBRA MELHORES CAFÉS DO PAÍS

- 28 EDUCAÇÃO / VISITA**
CAFÉ CRUZA FRONTEIRAS
NA EDUCAÇÃO

- 30 MARKETING**
NOVA CAMPANHA DE MARKETING
DA ABIC Foca NAS CERTIFICAÇÕES
DE CAFÉ

- 32 EVENTO / DESAFIO DE
TORRA**
EVENTO PROMOVE DESAFIO DE TORRA



- 35 APLICATIVO**
APP DE OLHO NO CAFÉ

- 36 COMEMORAÇÕES**
24 DE MAIO DIA NACIONAL DO CAFÉ

- 38 PESQUISA**
ABIC FAZ PESQUISA INÉDITA PARA
VERIFICAR A SATISFAÇÃO DOS
ASSOCIADOS PARTICIPANTES DO PQC

- 40 ACRILAMIDA**
NOTA DE ESCLARECIMENTO

- 42 EVENTO**
26º ENCAFÉ

- 44 INDÚSTRIA / MERCADO**
CAFÉ: UM SETOR EM EBULIÇÃO

- 48 ARTIGO**
O CAFÉ ESTÁ MUDANDO. E VOCÊ?

- 50 COFFEE BREAK**

Associação Brasileira
ABICÉ
da Indústria de Café

45 anos

de lutas em prol da indústria de café e do consumidor brasileiro

A suspensão dos subsídios fornecidos às indústrias pelo IBC e o tabelamento de preços do produto no varejo, em 1972, foram o estopim da grande crise que assolou o setor torrefador. Oneradas que se achavam por compromissos assumidos anteriormente, e forçadas a adquirir o café diretamente do produtor e, na maioria das vezes, no mercado, a custos elevados, as indústrias lutavam pela sua sobrevivência.

Os sindicatos e representações regionais e estaduais das indústrias, como de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto

Alegre, Recife, Fortaleza e Curitiba, acompanhavam com impaciência o desenrolar dos acontecimentos e pleiteavam junto ao governo o reestudo das decisões da política cafeeira para o mercado interno. Entretanto, eram ações dispersas e isoladas. E é a necessidade de terem uma representatividade nacional, capaz de coordenar e reivindicar os interesses da classe, que dá início ao movimento que viria a criar, em 1973, a ABIC. Os encontros dessas lideranças aconteciam, em geral, no centro do Rio de Janeiro (sede do IBC), no Hotel Serrador.

ABICÉ 45 anos
CAFÉ COM QUALIDADE #SEMPREVAIBEM

Encontros preparatórios

Oficialmente, as discussões sobre os problemas do mercado interno e a necessidade de uma solução de âmbito nacional, tiveram início logo após a edição da Portaria Super 23/72, em julho de 1972.

Por iniciativa do Sindicato do Estado da Guanabara decidiu-se enviar um memorial da classe aos ministros da Indústria e Comércio, da Fazenda e da Agricultura, ao presidente do IBC – Instituto Brasileiro do Café e ao superintendente da Sunab, relatando o quadro em que estava operando o setor.

Esse memorial destacava que as indústrias suportaram durante anos todo o ônus da política oficial para o café destinado ao consumo interno,

representado, sobretudo, pela defasagem entre o aumento contínuo e desordenado dos preços e tarifas de bens e serviços (insumos) e a fixação dos preços finais. Não houve resposta à essa correspondência.

Em março de 1973, não conseguindo o atendimento de seus pleitos, os sindicatos tomaram a decisão inédita de publicar em jornais uma carta aberta ao presidente Emílio Garrastazu Médice, formulando veemente apelo para o atendimento às suas necessidades.

A carta aberta, publicada em diversos jornais, surtiu efeitos imediatos, com forte impacto junto ao governo. Uma repercussão decisiva para a criação da ABIC, que surgiu em um encontro histórico.



1º Concafé: Mestre Hélio Guedes recebendo o presidente Manuel Leite



Realizado na residência do presidente do Sindicato da Guanabara, Abílio Moreira da Cunha Filho, estavam presentes Henrique Casarini, Oswaldo Cupaiolo, Alexandre Gonçalves e Alberto Nahum (São Paulo); Ismael Ferreira Frias e Francisco Bernardino Martins (Rio de Janeiro); Íris Antônio Campos e Ewaldo Wachelke (Paraná); Carlos Barcelos e João Vianna (Minas Gerais); Edgard Wanderley (Pernambuco); Hélio Guedes Pereira (Ceará) e Saul Zubaran de Souza (Rio Grande do Sul).

As discussões se prolongaram por horas, até que, já de madrugada, foi aprovada uma junta governativa, e indicado o nome do empresário Manuel Leite para ser o primeiro presidente da nova entidade. Leite,

além de grande defensor do setor, mantinha contatos permanentes com o IBC. Compunham a junta governativa Osmar Dias Rocha, de São Paulo e Íris Antônio Campos, do Paraná.

Essa indicação foi ratificada em 12 de março, por unanimidade, na primeira assembleia que criou a entidade, realizada em sua sede provisória no prédio da Federação das Indústrias do Estado da Guanabara.

Apenas após 5 meses da criação da entidade, foi organizado o Encontro Nacional das Indústrias de Café, cujo principal resultado foi listado em 11 providências que poderiam minimizar os efeitos das crise.



II Rio Export Fair - maio 1974

Entre esses itens destacamos:

- Manutenção do índice de impurezas máximo em 1% (cascas e paus);
- Atribuição de responsabilidade mútua ao vendedor e comprador de café abaixo do padrão permitido;
- Alteração na resolução 539, no que tange à obrigatoriedade de fixação do preço ao consumidor, obrigando o fabricante a imprimir na embalagem os dois preços, isto é, de venda ao atacado e o preço de venda ao consumidor.
- Após a criação da ABIC e do estabelecimento deste elenco de ações, a entidade conquistou um outro nível de diálogo com as autoridades cafeeiras.

Anos 80 – Liberdade de preços e combate à fraude

Os anos 80 são marcados pelas crises econômicas no Brasil e no exterior, influenciadas principalmente pela alta da cotação do petróleo.

Com o preço do café tabelado ao consumidor final e os preços da matéria-prima subindo de forma assustadora, as indústrias viviam uma crise sem precedentes. Porém, não havia negociação em torno do tabelamento. Alberto Nahum, que acabara de assumir a presidência da entidade, não encontrando um respaldo público no sentido de solucionar a questão do congelamento dos preços do produto no varejo, convocou as indústrias para que reajustassem seus preços à revelia do governo. E comunicou o fato aos consumidores e ao mercado, por meio de um esclarecimento público.

O ato foi considerado uma “desobediência pública” e valeu para Nahum uma ameaça de prisão por parte da Sunab. Mas ninguém foi preso e, algum tempo depois, o próprio governo referendou os reajustes que tinham sido recomendados pela entidade.

Uma grande preocupação da ABIC sempre foi aprimorar a qualidade, combater as fraudes, praticar preços justos e aumentar as vendas e o consumo interno. No 10º Concafé, realizado em Vitória, é ressaltada com veemência a necessidade do esforço conjugado entre todos os setores da economia cafeeira, com total apoio dos órgãos governamentais, para trabalhar essas metas.

Em 1986, um longo período de estiagem afetou a produção cafeeira, que se traduziu em novas altas de preços da matéria-prima, e o produto industrializado novamente com o preço tabelado. Tudo contribuía para a proliferação cada vez maior de empresas que,



1º Encafé – Natal 1989



além de não atenderem aos requisitos mínimos de qualidade dos grãos utilizados, ainda adulteravam seus produtos. A fiscalização cabia ao IBC, tarefa que com o passar do tempo foi se tornando pouco eficiente e inadequada.

Os reflexos dessa situação sobre o consumo foram imediatos. As torrefadoras, que nos anos 60/70 chegaram a processar 9 milhões de sacas/ano, industrializaram em 1985 apenas 6,4 milhões. E o consumo per capita, que em 1965 havia atingido 4,72 quilos, tinha caído para 2,27 quilos.

Em 1987, a ABIC realiza um grande estudo sobre o comportamento dos consumidores. A pesquisa feita pelo instituto Vox Populi – Mercado e Opinião, teve seus resultados divulgados no ano seguinte, e mostrou que, apesar de o café estar sempre presente na vida das pessoas e de ser lembrado com afeição pelos entrevistados, existia uma unanimidade de opinião sobre a baixa qualidade do produto: o brasileiro toma um café de péssima qualidade. E mais: mostraram-se convictos de que o melhor café era exportado e que o produto destinado ao consumidor interno, além de baixa qualidade continha misturas.

Ainda em 1988, a entidade realizou outro estudo que foi feito pela Target – Pesquisa e Serviços de Marketing e que tinha como objetivo conhecer a problemática das indústrias em todo o país. De caráter quantitativo e incluindo empresas associadas e não associadas à entidade, a pesquisa revelou um perfil do setor dos mais preocupantes: uma indústria estagnada, tecnologicamente superada, com um parque instalado obsoleto.

Foi principalmente baseado nessas duas pesquisas que a ABIC definiu a linha estratégica de ação que, a partir de 1989, iria colocar em prática:

1 – Resgatar a credibilidade do produto, a partir do inédito Programa de Autofiscalização e do lançamento do Selo de Pureza ABIC;

2 – Desenvolver programa junto ao industrial, despertando-o para uma nova mentalidade, baseada na diversidade e na qualidade dos produtos e voltada para a abertura de novos nichos de consumo.

Selo de Pureza resgatando o consumidor

Lançado em agosto de 1989, dois anos antes do Código de Defesa do Consumidor, o Selo de Pureza ABIC viria a se transformar em um divisor de águas. O saneamento do setor era mais do que necessário e a única maneira de reverter a tendência cada vez mais acentuada de queda de consumo.

As negociações para a formalização do Programa de Autofiscalização entre a ABIC e o IBC, na época presididos, respectivamente, por Carlos Barcelos Costa e Jório Dauster, tiveram início em 1987 e se concretizaram em 10 de novembro de 1988, quando entrou em vigor a Resolução nº 80, baixada por aquela autarquia. Por meio dessa resolução, a ABIC passava a responder pela fiscalização do setor, arcando com todas as despesas de coleta e análise de amostras em todo o país.





ESTE SELO VOCÊ ENCONTRA EM DIFERENTES AROMAS E SABORES.

Selo de Pureza ABIC só tem um. E ele é a sua garantia de um café 100% café. Mas pureza não quer dizer que todos os cafés tenham o mesmo padrão de qualidade e sabor. Ou que sejam iguais.

A indústria trabalha, e muito, para oferecer ao consumidor o maior número de opções de diferentes blends — combinações de grãos de diferentes tipos. E cada blend possui seu sabor e aroma característicos. Assim, o consumidor pode se decidir pela marca de café com Selo de Pureza ABIC que mais agrade ao seu paladar.

E onde é que você encontra essa história?

É muito simples. Dê ao café a mesma importância que os consumidores dão a ele.

Ou você conhece um lar brasileiro que não tenha um pacotinho de café?

E dar importância ao café não significa apenas comprar muito café. Você precisa oferecer ao consumidor o maior número possível de variedades de aromas, sabores e tipos de embalagens, dentre as marcas com o Selo de Pureza ABIC. Dê a essas marcas um lugar de destaque e crie a exposição e o espaço que o café merece ocupar dentro da sua loja. Assim, o consumidor encontra na sua loja exatamente o que ele quer: a marca de café com o aroma e o sabor que ele mais gosta. E compra. E vai comprar de novo. Porque um cliente bem atendido é um cliente para sempre.

Exija marcas com o Selo de Pureza ABIC.

Em caso de dúvida, consulte a ABIC: (021) 263-8595.



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ



Lançamento do Selo de Pureza: Carlos Barcelos Costa, Jório Dauster e Ewaldo Wachelke



Participação nos Jogos Pan-Americanos Rio de Janeiro - 2007





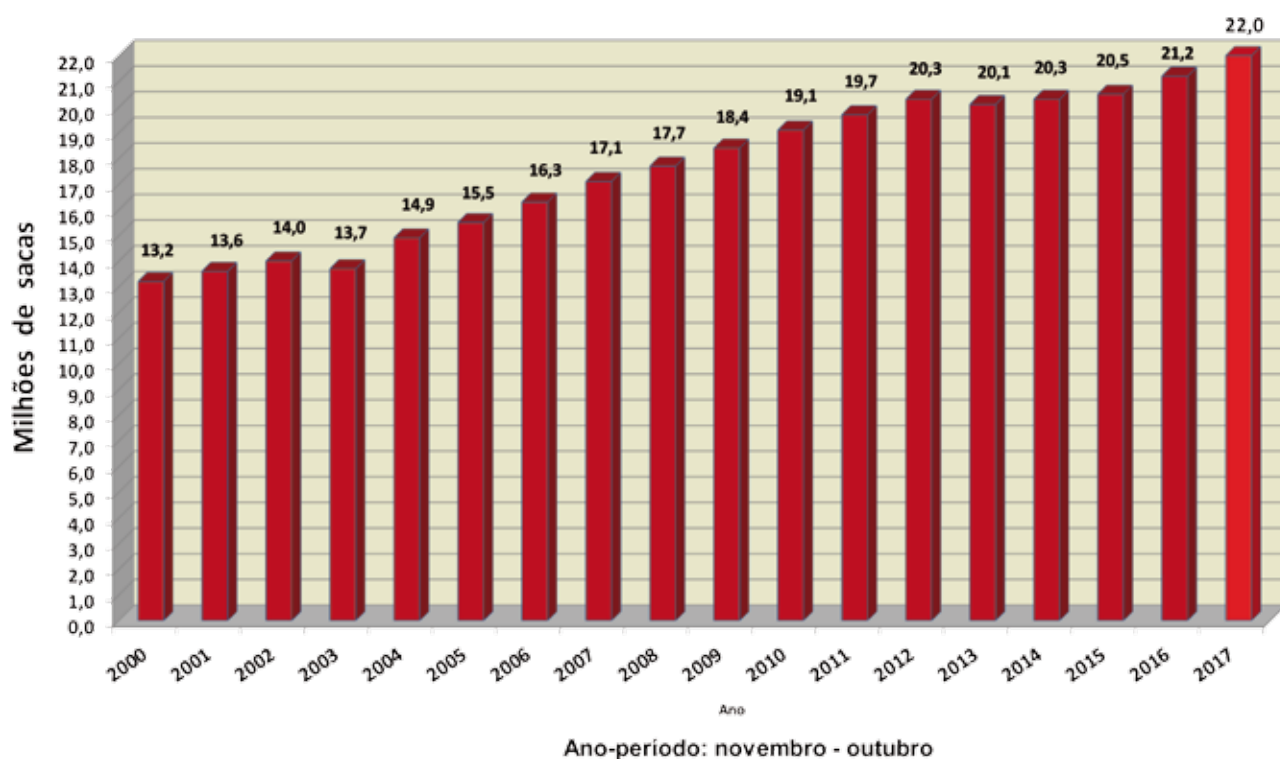
Cerimônia de lançamento do Selo de Pureza

Na época de sua implantação, mais de 30% das marcas de café analisadas burlavam a legislação, ou com uma quantidade de impurezas (cascas e paus) superior ao 1% permitido por lei, ou com a adição de outros produtos, o que caracterizava fraude.

O programa deu certo e hoje menos de 0,60% das marcas analisadas apresentam problemas, sendo que o programa é exemplo mundial, citado pela OIC – Organização Internacional do Café e que conseguiu resgatar o consumo interno do produto, que em 2017 atingiu a marca de mais de 21 milhões de sacas/ano consumidas.



Evolução do consumo interno de café no Brasil



O consumo de café no Brasil aumentou, em média, 8,8 milhões de sacas nos últimos 17 anos.



Grandes mudanças

A década de 1990 foi um período de grandes mudanças em todo o Brasil. Fernando Collor assume a presidência e logo extingue o Instituto Brasileiro do Café – IBC. Para a cadeia do café a situação fica caótica, com o vácuo do fim do IBC ocorre também o fim do Acordo Internacional do Café.

Em 1991 acontece um dos mais importantes fatos do setor: a histórica reunião de Varginha (MG) que formalizou a formação do CBC – Comitê Brasileiro



Américo Sato na posse de Fernando Collor e Itamar Franco

do Café, que pela primeira vez reunia os quatro segmentos do complexo cafeeiro: produção, exportação, torrado e moído e solúvel. O CBC foi criado justamente para atuar na interlocução com o governo.

Os anos 90 marcam também o início do conceito de agronegócio, no qual todos os segmentos interagem entre si e têm como objetivo comum o aumento do consumo de café.

Em 1996 é criado, com participação ativa da ABIC, o CDPC – Conselho Deliberativo da Política do Café, que é lançado em cerimônia no Palácio do Planalto, pelo presidente Fernando Henrique Cardoso.

A realização de diversas pesquisas e estudos de mercado, juntamente com encontros anuais e congressos, além da Feira do Café, espaço exclusivo para o café dentro da Fispal, fez com que a ABIC fosse indicada para coordenar o Programa Cafés do Brasil, entre os anos 1999 e 2001. A iniciativa visava ampliar os mercados no exterior e dar um novo salto no consumo interno. Além dos ganhos obtidos para a imagem do produto, esse programa promoveu a certificação de origem dos cafés produzidos no Brasil, levou a criação de um projeto de qualificação, o PEM – Programa de Educação do Mercado.



O presidente Fernando Henrique Cardoso prestigiando estande da ABIC

Qualidade Total

A palavra chave da ABIC no início do século 21 é Qualidade – um conceito que avança e moderniza o programa do Selo de Pureza, sintoniza o setor com as exigências do mercado, e beneficia todo o agronegócio.

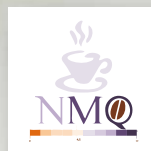
Junto ao governo, a entidade sugere que nas licitações feitas pelos órgãos públicos seja adotada a exigência de um Nível Mínimo de Qualidade. Junto aos seus associados a ABIC também implanta um programa de qualidade, somando-se ao Selo de Pureza.

Nesse mesmo período implementa uma grande campanha de marketing e de educação do mercado, o PACIC – Programa de Aumento do Consumo Interno de Café. Uma estratégia que surge como um divisor de águas, dado ao seu ineditismo ao integrar, pela primeira vez, todos os agentes do agronegócio em uma série de ações, eventos e campanhas, no conceito da qualidade global do produto, da planta à xícara.

PQC **Marco da** **busca pela** **qualidade**

Em abril de 2004, o Conselho Deliberativo da ABIC aprovou o formato final do inédito PQC – Programa de Qualidade do Café, um moderno e inovador projeto, que incentiva e estimula a melhoria da qualidade do café oferecido aos consumidores brasileiros, através de um processo sistemático de avaliação sensorial, que representou uma mudança cultural do conceito de qualidade.

Para participar do programa a empresa passa por uma auditoria onde são avaliados os equipamentos, a situação fitossanitária,



relações trabalhistas, boas práticas de fabricação de todo o processo industrial, certificando o produto e identificando sua categoria através de símbolos que são estampados nas embalagens. Hoje essas categorias são: Extraforte, Tradicional, Superior e Gourmet.

O programa trouxe maior agregação de valor às marcas participantes, uma relação mais transparente e eficaz com o consumidor, uma melhor exposição em pontos de vendas e uma diferenciação com relação aos concorrentes. O projeto logo ganhou o reconhecimento do comércio varejista, do governo e da comunidade.

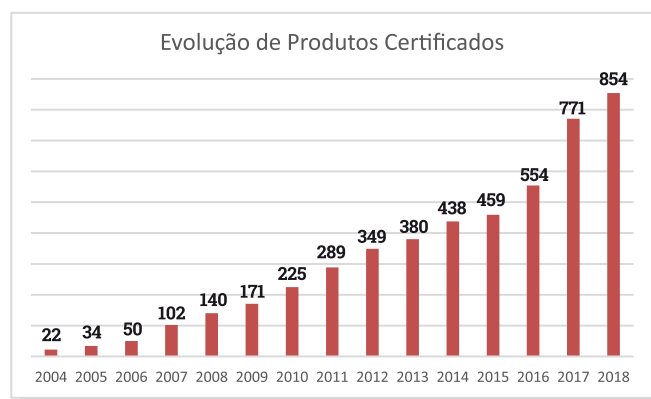
Nos últimos anos o mercado foi marcado por uma grande quantidade de fusões e aquisições, entrada de gigantes multinacionais e grandes investimentos, tanto em parques fabris, como também em marketing e inovações, como as cápsulas, máquinas para espresso e monodoses. As empresas também investem em cafés de melhor qualidade, principalmente nas categorias superior e gourmet, que representam um melhor valor agregado no produto final.

Em 2007, durante o 14º Encafé, a entidade apresentou o CCQ – Círculo do Café de Qualidade, mais uma ação inédita, que visa diferenciar os estabelecimentos que oferecem cafés de qualidade, envolvendo cafeterias, restaurantes, bares e hotéis, sendo mais um estímulo à agregação de valores. Entre as atividades do programa estão treinamento e capacitação no preparo do produto, além da formação de baristas, apoio à produção de receitas a base de café, divulgação de novas formas de preparo e a distribuição de informativos sobre a bebida.

Para garantir ao consumidor um produto com alta qualidade é preciso que o café seja selecionado, classificado e preparado por profissionais capacitados. Para formar esses profissionais a ABIC apoiou e incentivou a criação de centros de preparação de café, sendo pioneiro o do Sindicato das Indústrias de Café do Estado de São Paulo, inaugurado em 1996. Essas escolas oferecem diversos cursos desde o preparo em casa, classificação de café cru, ciência da torra, formação de baristas, Latte Art e outros.



Inauguração do primeiro Centro de Preparação de Café, no Sindicafé-SP, em 1996



Café do Brasil na Fórmula Indy, programa coordenado pela ABIC



Dr. Darcy Roberto Lima, pioneiro do programa Café e Saúde

Para distinguir e enaltecer os produtores que se empenham na busca de cafés de melhor qualidade e aqueles industriais que investem nesses produtos, a ABIC lança em 2004 a Edição dos Melhores Cafés do Brasil. (Veja como foi a 14ª edição em matéria na página 20).

Café e Saúde

Um dos preconceitos que sempre preocupou a ABIC foi que café faz mal para a saúde, divulgado inclusive por alguns profissionais da área médica. E a percepção geral que café é composto somente por cafeína e também que crianças não devem tomar café.

Para desmistificar esses conceitos, a ABIC apoiou os estudos desenvolvidos na Universidade Federal do Rio de Janeiro, pelo Dr. Darcy Lima. Essas pesquisas foram fundamentais para uma reorientação da comunidade científica e mostrou que além de não fazer mal para a saúde, o consumo adequado de café pode fazer bem e ainda ajuda na prevenção de diversas doenças como a depressão e alcoolismo, doenças cardíacas, alguns tipos de cânceres, Mal de Parkinson e Alzheimer, entre outros.

Diversos médicos, cientistas e pesquisadores compõem um núcleo de “Café & Saúde” onde desenvolvem estudos no Brasil e no exterior, juntamente com o Instituto do Coração (Incor/USP) e Fundação Zerbini, para avaliar os efeitos do café na saúde humana.

A principal conclusão é que o café é um alimento saudável e natural, que tem benefícios comprovados para a saúde humana, que estimula o sistema de vigília do cérebro.

Tecnologia, inovação e criatividade fazem surgir novos e diferenciados produtos, de maior valor agregado, que atraem o consumidor, com formas diferenciadas de preparo da bebida. As indústrias de café estão cada vez mais empenhadas em atender a um consumidor que busca novidades e a cada dia mais exigentes.

Nesses anos de atividades, a ABIC cumpriu um papel importante e fundamental para o agronegócio, resgatou o café como símbolo do país e orgulho dos brasileiros, como um produto natural e saudável e como fonte geradora de empregos e riquezas. São 45 anos de lutas em prol da indústria de café e do consumidor. 

GALERIA DOS PRESIDENTES

1973 / 75

Presidente:

Manuel Pereira da Silva Leite

1º Vice - Presidente:

Iris Antonio Campos

Vice - Presidentes:

Osmar Dias Rocha

Carlos Barcelos Costa

Saul Zubaran de Souza

Hélio Guedes Pereira

Diretores:

Talmo Alves Pimenta

Eduardo Alves Vieitos

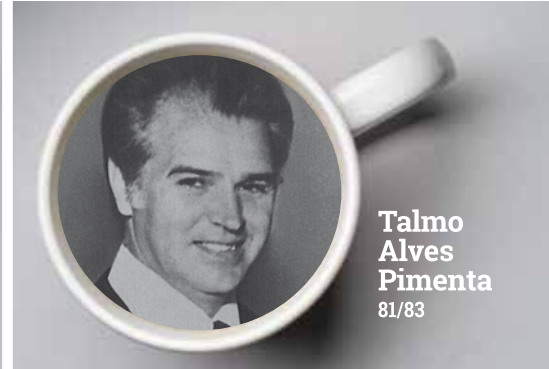
Darke Bhering de Mattos

Hugo Varella Reis



**Manuel
Pereira
da Silva
Leite**

73/75 - 75/77



**Talmo
Alves
Pimenta**

81/83

1975 / 77

Presidente:

Manuel Pereira da Silva Leite

1º Vice - Presidente:

Alberto Nahum

Vice - Presidentes:

Iris Antonio Campos

Carlos Barcelos Costa

Ary Santini Longoni

Hélio Guedes Pereira

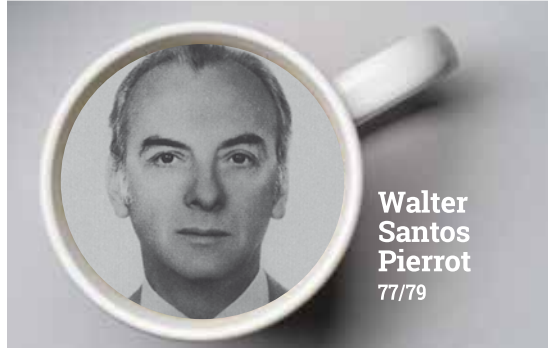
Diretores:

Talmo Alves Pimenta

Eduardo Alves Vieitos

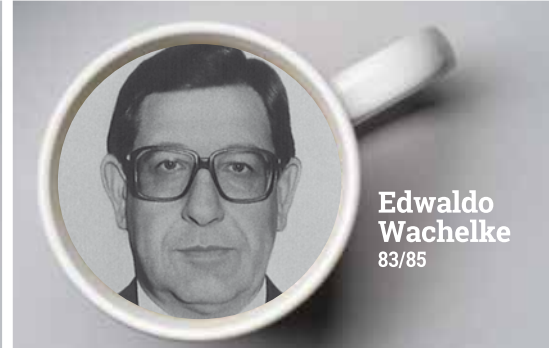
Francisco Bernardino Martins

Dagmar Oswaldo Cupaiolo



**Walter
Santos
Pierrot**

77/79



**Edwaldo
Wachelke**

83/85

1977 / 79

Presidente:

Walter Santos Pierrot

1º Vice - Presidente:

Manuel Pereira da Silva Leite

Vice - Presidentes:

Iris Antonio Campos

Edgar Wanderley

Ary Santini Longoni

João Baptista Lobo Vianna

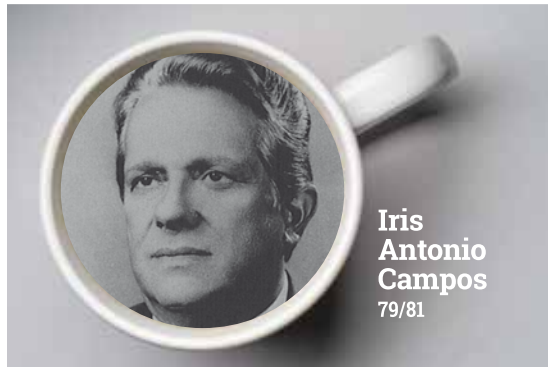
Diretores:

Talmo Alves Pimenta

Osmar Dias Rocha

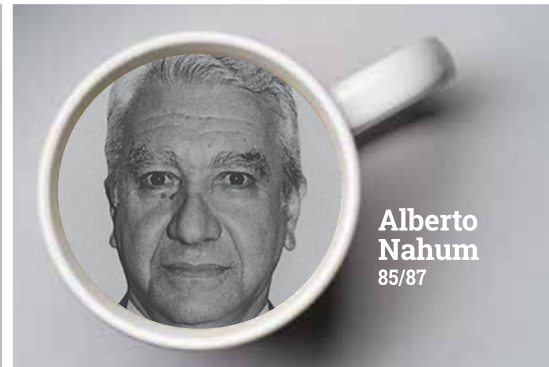
Francisco Bernardino Martins

Dagmar Oswaldo Cupaiolo



**Iris
Antonio
Campos**

79/81



**Alberto
Nahum**

85/87

1979 / 81

Presidente:

Iris Antonio Campos

1º Vice - Presidente:

Talmo Alves Pimenta

Vice - Presidentes:

Carlos Barcelos Costa

Ary Santini Longoni

Antonio de Cerqueira Celestino

Nicolau Duailibe Neto

Diretores:

Ewaldo Wachelke

Osmar Dias Rocha

Francisco Bernardino Martins

Ivo Salvetti

1983 / 85

Presidente:

Ewaldo Wachelke

1º Vice - Presidente:

Talmo Alves Pimenta

Vice - Presidentes:

Carlos Antonio Peixoto

Victor Fernando Ollero Ventin

Walter Santos Pierrot

Breno Job Freire

Diretores:

Osmar Dias Rocha

Francisco Bernardino Martins

Hélio Soares de Campos

José Moreira da Cunha

1985 / 87

Presidente:

Alberto Nahum

1º Vice - Presidente:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Vice - Presidentes:

Ary Santini Longoni

Victor Fernando Ollero Ventin

Nicolau Duailibe Neto

Luiz Carlos Ehlke

Diretores:

Américo Takamitsu Sato

Carlos Barcelos Costa

Ismael Ferreira de Frias

José Moreira da Cunha

1987 / 89

Presidente:

Carlos Barcelos Costa

1º Vice - Presidente:

Talmo Alves Pimenta

Vice - Presidentes:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Ewaldo Wachelke

José Carlos da Silva Júnior

Edgar Wanderley

Hélio Guedes Pereira

Saul Zubaran de Souza

Diretores:

Américo Takamitsu Sato

José Ângelo de Marco

Adilio Cesar Neves Valadão

Victor Fernando Ollero Ventin

1989 / 91

Presidente:

Ewaldo Wachelke

1º Vice - Presidente:

Américo Takamitsu Sato

Vice - Presidentes:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Carlos Barcelos Costa

José Carlos da Silva Júnior

Edgar Wanderley

Saul Zubaran de Souza

Manuel Pereira da Silva Leite

Diretores:

Talmo Alves Pimenta

Victor Fernando Ollero Ventin

Francisco Bernardino Martins

José Moreira da Cunha

1991 / 93

Presidente:

Américo Takamitsu Sato

1º Vice - Presidente:

José Carlos da Silva Júnior

Vice - Presidentes:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Manuel Pereira da Silva Leite

Carlos Barcelos Costa

Edgar Wanderley

Saul Zubaran de Souza

Victor Fernando Ollero Ventin

Diretores:

Ewaldo Wachelke

José Ângelo de Marco

Talmo Alves Pimenta

Francisco Bernardino Martins

Superintendente

José de Paula Motta filho

1993 / 96

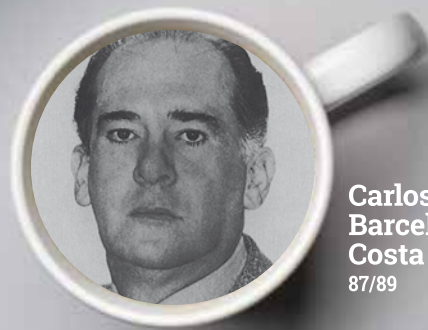
Presidente:

Américo Takamitsu Sato

1º Vice - Presidente:

José Carlos da Silva Júnior

Vice - Presidentes:



**Carlos
Barcelos
Costa**
87/89



**Guivan
Bueno**
02/05 - 05/08



**Américo
Takamitsu**
91/93 - 93/96
11/14 - 14/16



**Almir
José da
Silva
Filho**
08/11



**José Carlos
da Silva
Júnior**
96/99 - 99/02



**Ricardo
de Souza
Silveira**
16/19

Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Manuel Pereira da Silva Leite
Carlos Barcelos Costa
Edgar Wanderley
Saul Zubarán de Souza
Ewaldo Wachelke
Talmo Alves Pimenta
Victor Fernando Ollero Ventin
David Nahum Neto
Guivan Bueno

Diretores:

José Guilherme Lima
José Ângelo De Marco
Oscar Cunha Júnior
Francisco Bernardino Martins
Superintendente
José de Paula Motta filho

1996 / 99

Presidente:

José Carlos da Silva Júnior
1º Vice - Presidente:
Américo Takamitsu Sato
Vice - Presidentes:
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Manuel Pereira da Silva Leite
Carlos Barcelos Costa
Edgar Wanderley
Saul Zubarán de Souza
Ewaldo Wachelke
Talmo Alves Pimenta

Victor Fernando Ollero Ventin
Guivan Bueno
José Guilherme Lima
Diretores:
Francisco Bernardino Martins
Oscar Cunha Júnior
Superintendente
José de Paula Motta filho
Secretário Geral
David Nahum Neto

1999 / 02

Presidente:

José Carlos da Silva Júnior
1º Vice - Presidente:
Guivan Bueno
Vice - Presidentes:
Manuel Pereira da Silva Leite
Ewaldo Wachelke
Talmo Alves Pimenta
Victor Fernando Ollero Ventin
Antônio Irineu da Rocha
Sydney Marques de Paiva
Luiz Roberto Gonçalves
Irving Nadir Vieira
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Edgar Wanderley
Diretores:
Carlos Barcelos Costa
Pedro Alcântara Rego de Lima
Ricardo Ribeiro Tavares

Antônio Paulino Martins
Secretário Geral
David Nahum Neto

2002 - 2005

Presidente:

Guivan Bueno
1º Vice - Presidente:
Talmo Alves Pimenta
Conselheiros:
Almir José da Silva
Antônio Irineu da Rocha
Antônio Paulino Martins
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Ewaldo Wachelke
José Carlos da Silva Júnior
Natal Martins
Pedro Alcântara Rego de Lima
Sydney Marques de Paiva
Diretor Executivo:
Nathan Herszkowicz

2005 / 2008

Presidente:

Guivan Bueno
Vice - Presidente:
Almir José da Silva Filho
Conselheiros:
Sydney Marques de Paiva
Pedro Alcântara do Rego Lima

Ewaldo Wachelke
Antônio Irineu da Rocha
Antônio Paulino Martins
José Carlos da Silva Júnior
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Natal Martins
Egídio Malanquini
Diretor Executivo:
Nathan Herszkowicz

2008 / 2011

Presidente:

Almir José da Silva Filho
Vice - Presidente:
Guivan Bueno
Conselheiros:
Pedro Alcântara do Rego Lima
Sydney Marques de Paiva
Ewaldo Wachelke
Antônio Paulino Martins
José Carlos da Silva Júnior
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Natal Martins
Egídio Malanquini
Márcio Reis Maia
Diretor Executivo:
Nathan Herszkowicz

2011 / 2013

Presidente:

Américo Takamitsu Sato
Vice - Presidente:
Bernardo Wolfson
Conselheiros:
Ewaldo Wachelke
Antônio Paulino Martins
José Carlos da Silva Júnior
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Natal Martins
Egídio Malanquini
Márcio Reis Maia
Manoel Felisberto Cruz de Assis
Antônio Roberto Rodrigues de Almeida
Diretor Executivo:
Nathan Herszkowicz

2013/2016

Presidente

Américo Takamitsu Sato
1º Vice - Presidente
Ricardo de Sousa Silveira
Vice - Presidentes
Egídio Malanquini
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Lívio Baraúna Assayag
Pavel Monteiro Cardoso
Manoel Felisberto Cruz de Assis
José Ângelo Marino
José Lúcio Campos
Luciano Inácio
Nilton Luciano dos Santos
Diretor Executivo:
Nathan Herszkowicz

2016/2019

Presidente

Ricardo de Sousa Silveira
1º Vice - Presidente
Egídio Malanquini
Vice - Presidentes
Carlos Roberto Viana
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Lívio Baraúna Assayag
Pavel Monteiro Cardoso
Bernardo Wolfson
Sílvio Aparecido Alves
Marco Antônio Campos
Edvaldo Frasson Teixeira
Michelli Poli Silva Gelsleitcher
Diretor Executivo:
Nathan Herszkowicz

14ª Edição Especial dos Safra 2017 celebra m



Melhores Cafés do Brasil elhores cafés do país



Evento realizado em São Paulo
integra indústria e produtores, sagrando a
3 Corações campeã nas categorias
Diamante, Ouro e Especial



Paulo de Tarso de Lima, do grupo 3 Corações, recebe a placa do presidente Silveira

Conquistando as premiações nas categorias Diamante, Ouro e Especial o Grupo 3 Corações sagrou-se o grande campeão da 14ª Edição Especial dos Melhores Café do Brasil – Safra 2017. O Grupo foi o que mais investiu em qualidade: um total de R\$ 33.000,00, tornando-se campeão na Categoria Diamante. A empresa também arrematou o lote de seis sacas do produtor Antônio Rigno de Oliveira, de Piatã (BA), pagando R\$ 2.500,00 por saca, totalizando R\$ 15.000,00 - maior valor de aquisição por saca, entre os lotes de café Natural e Cereja Descascado, o que rendeu o título de campeã na categoria Ouro. Também arrecadou as duas sacas do café campeão do 14º Concurso, produzido por Letícia Conceição Quintela de Alcântara, de 19 anos, na Fazenda Divino Espírito Santo, também de Piatã (BA), por R\$ 9.000,00 cada. Este feito tornou a empresa campeã também da categoria Especial, que corresponde ao maior lance dado a um microlote (composto de duas sacas, apenas).

O evento, realizado no dia 24 de abril, em São Paulo, celebrou não apenas os títulos entregues a 3 Corações, também reuniu importantes players do segmento para comemorar os cafés especiais. A cafeteria carioca Armazém do Café arrematou duas sacas da produtora Sebastiana de Oliveira Faria, 4ª colocada no Concurso, e duas sacas do produtor Eufrásio Souza Lima, 5º colocado, num total de R\$ 6.800,00.



MELHORES CAFÉS DO BRASIL EDIÇÃO ESPECIAL

O lançamento contou com a presença de Niwton Castro de Moraes, assessor especial de café, da Secretaria de Agricultura de Minas Gerais, de Lucas Tadeu Ferreira, da Embrapa Café, de Carmen Lúcia Chaves de Brito, presidente da BSCA – Associação Brasileira de Cafés Especiais, de Aldir Alves Teixeira, além de diversos industriais, representantes da imprensa e formadores de opinião.



Niwton Castro de Moraes, assessor especial de café da secretaria de agricultura de Minas Gerais, destaca a importância desse concurso para incentivar os produtores que trabalham na busca de cafés de alta qualidade

Produtores, industriais, torrefadores e cafeterias

Também participaram as cafeterias, torrefações e sites especializados na venda de cafés de qualidade: Café Monte Libano, Café Cajubá, Café Rancheiro, Barisly Café, BonBlend Café, grãocafé.com, Santo Grão, Hachimitsu, Café com História, Prelúdio Cafés Especiais, Villa Januária e Dengo Cacau e Café.



O presidente Ricardo Silveira dá as boas-vindas aos presentes ressaltando os 45 anos de fundação da ABIC

A edição soma-se à diversas outras ações da ABIC que visam incentivar a oferta de cafés de maior qualidade ao consumidor, com uma grande diversificação de opções, buscando sempre abrir novos mercados. "Este evento nos alegra por reunir produtor e indústria na celebração do café com qualidade - que tem sido cada vez mais requisitado pelo consumidor. Por isso, queremos nos aproximar cada vez mais dos produtores, por meio de eventos como este e outras ações desenvolvidas pela ABIC", disse Ricardo Silveira, presidente da ABIC.



Lucas Tadeu Ferreira, da Embrapa Café, ressalta o trabalho da pesquisa na busca da excelência nos cafés



Num pronunciamento cheio de emoção, Ewaldo Wachelke, presidente da ABIC por dois mandatos, lembrou a grande trajetória da entidade nesses 45 anos de fundação

Todos os cafés lançados nesta edição estarão à disposição dos consumidores no comércio varejista, nos sites e cafeterias das próprias empresas participantes, em embalagens sofisticadas, adesivadas e identificadas, ofertadas em diversas opções de tamanho e formas de preparo, como grão, pó, espresso e cápsulas.



MELHORES CAFÉS DO BRASIL EDIÇÃO ESPECIAL

Ciclo do Concurso

O concurso, que une produtores, industriais, cafeterias e varejo, visando ampliar o mercado de cafés de qualidade, tem a participação de lotes inscritos pelos organizadores dos certames estaduais do Paraná, Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais e São Paulo.

A avaliação é dividida em três fases: um júri técnico, com um peso da nota de 70%, uma verificação da sustentabilidade da propriedade rural, com peso de 15%, e um júri popular, com 15%.

O início das avaliações aconteceu no dia 12 de dezembro de 2017, quando foi realizada a etapa do júri técnico, no laboratório do Sindicato das Indústrias de Café do Estado de São Paulo. Selecionando 11 lotes finalistas, após avaliação da Qualidade Global conforme metodologia do PQC – Programa de Qualidade do Café, atribuiu-se uma pontuação de 0 a 10 pontos para cada um.



Ricardo Silveira entrega a placa comemorativa para a produtora campeã do 14º concurso, Letícia Conceição Quintela de Alcântara

O júri técnico foi composto por: Eduardo Carvalhaes, Gina Maria Bueno Cardozo, Kátia Cipioli, Izabela Cristina do Monte e Camila Arcanjo Teles.

O microlote da cafeicultora Letícia Alcântara, produzido na Fazenda Divino Espírito Santo, no município de Piatã, na Bahia, recebeu a maior avaliação do grupo técnico: 8,62 pontos. Em segundo lugar, ficou o lote de café cereja descascado produzido por Antônio Rigno de Oliveira em São Judas Tadeu, também em Piatã, Bahia, com 8,53 pontos. E em terceiro, mais um microlote: o do produtor Manoel Protázio de Abreu, do Sítio Forquilha do Rio, de Dorcas do Rio Preto, Espírito Santo, com 8,52 pontos.



Observada pelo seu pai, Michael Freitas de Alcântara, Letícia em suas breves palavras agradece a premiação, e diz: "Espero que seja apenas o começo"

Produtora campeã

Com apenas 19 anos, Letícia Conceição Quintela de Alcântara comemorou a vitória do prêmio de melhor café anunciando que este é apenas o começo. Estudante de Engenharia de Produção, ela afirma que sua infância foi nos cafezais. "A fazenda é do meu pai, cresci vendo-o cuidar da plantação e fui aprendendo tudo com ele. Espero seguir seus passos, usando os conhecimentos adquiridos na faculdade para melhorar ainda mais", comenta ela



"É um negócio que não tem volta", disse Paulo Lima, diretor comercial do Grupo 3 Corações, sobre a aposta da empresa no segmento de cafés especiais



Os representantes do Grupo 3 Corações, juntamente com Ricardo Silveira e Pavel Cardoso, vice-presidente de Qualidade e Programação de Certificação da ABIC, com seus certificados nas 3 categorias vencedoras

No quesito sustentabilidade são avaliados os itens sobre condições de trabalho, a não existência de trabalho escravo e infantil, além da rastreabilidade, identificação dos lotes, registros e georreferências, entre outros.

O júri popular, iniciativa inédita criada pela ABIC em 2015, inclui a opinião e percepção sensorial de pessoas que gostam de café na escolha dos melhores grãos do Brasil. Dividido em etapas regionais, nos mesmos estados participantes (PR, BA, ES, MG e SP), leva em consideração as diferenças de hábitos e costumes dos consumidores de cada localidade. O júri popular foi coordenado por Cristiane Monteiro (ABIC) e Camila Arcanjo Teles (Sindicafé-SP).

O leilão dos 11 lotes finalistas do 14º Concurso Nacional ABIC de Qualidade do Café, que aconteceu entre os dias

30 de janeiro e 08 de fevereiro, vendeu 40 sacas, arrecadando o valor total de R\$ 73.139,00. O valor médio por saca ficou em R\$ 1.828,48, mais do que o dobro do preço mínimo estipulado, de R\$ 893,00 a saca (equivalente a 70% acima da cotação da BMF/Bovespa de 26/01/2018).

Júri popular



que, atualmente, estuda em Salvador, mas sempre retorna para a propriedade para ajudar a família.

Ao ser questionado sobre quais qualidades tornam o café da Letícia tão especial e merecedor dos investimentos do Grupo 3 Corações, Paulo de Tarso de Lima, diretor Comercial e de Marketing, não precisou pensar muito para responder: "o amor pelo café, passado de pai para filha!". 

Conheça os detalhes do grão vencedor:

Produtora: Letícia Alcântara, Fazenda Divino Espírito Santo, Piatã – Bahia

Altitude da Lavoura: 1.350m

Safra: 2017 – Café Arábica

Variedade Catuai

Sistema de Preparo: Cereja descascado

Característica da bebida: aroma de cereais, caramelo, bebida limpa com acidez marcante e corpo aveludado



MOMENTOS DA EDIÇÃO ESPECIAL





MELHORES CAFÉS DO BRASIL





Café cruza fronteiras na educação

Estudantes da Universidade de Illinois (EUA) e da Universidade de Simon Fraser (Canadá) visitam a sede da ABIC, no Rio de Janeiro

Não é de hoje que a ABIC incentiva e apoia iniciativas de profissionalizar e de aperfeiçoar o conhecimento do café. Em março e maio a Associação teve duas excelentes oportunidades de levar conhecimento e, desta vez, a alunos estrangeiros, do Programa Coffee Supply Chain in Brazil, oferecido pela Universidade de Illinois em Urbana Champaign, nos Estados Unidos, e do MBA da Universidade de Simon Fraser, do Canadá.

Durante a visita os estudantes puderam aprender sobre a cadeia produtiva do café, os tipos de certificações da entidade, a representatividade da indústria e o sucesso de inovar no setor.

Em uma palestra realizada pelo diretor executivo da ABIC, Nathan Herszkowicz, os alunos também conheceram os processos de moagem e torrefação e puderam tirar suas dúvidas. “Eu gostei muito, pude absorver o conteúdo, aprendi sobre os produtores de café, os industriais locais e

tive a real ideia da enorme indústria que existe no Brasil”, explica a estudante do Programa Coffee Supply Chain in Brazil, Brittany Bancroft, de 21 anos, que escolheu o programa por além de ser uma amante do café (coffelover), tem também em sua família uma história na agricultura, com plantações de milho.

Para o presidente da ABIC, Ricardo Silveira, a troca de conhecimento é sempre muito rica e uma oportunidade de mostrar as inovações no setor cafeeiro, bem como os parâmetros de certificação que fazem com que os cafés com os selos ABIC sejam realmente sinônimo de qualidade e pureza. “Foi um enorme prazer proporcionar este momento de troca de conhecimento e de informações sobre o café. Sempre é uma via de mão dupla, pois ensinamos e também absorvemos com as experiências e perspectivas destes estudantes”, explica Ricardo.

Nadine Khoury, de 29 anos, aluna do MBA da Universidade de Simon Fraser, do Canadá, adorou a experiência de conhecer os processos e entender sobre o mercado brasileiro. Ela é uma amante de café, das que não passa um dia sem a bebida e para ela um grande diferencial da visita à ABIC e também ao Brasil foi aprender a tomar o café brasileiro, servido em xícaras menores: “É muito mais saboroso! No Canadá só tomo café em xícaras enormes e agora quero apenas tomar café do Brasil”, brinca.

Spoorthy Takkallapalli, de 29 anos, é de origem indiana e estuda no Canadá. Para ela, não apenas o café brasileiro é diferente em sabor, como nos modos de preparo. “Eu bebo muito café e não conhecia outros modos feitos no Brasil. Aqui o consumo é maior e isso eu acredito que aconteça também por isso, as opções são inúmeras. Espresso, sem

açúcar, com leite, em bebidas geladas, são muitos os meios de impulsionar este consumo”, afirma.

Os alunos conseguiram aprimorar o conhecimento sobre o café no Brasil e entender inclusive a logística e cadeia de suprimentos no Brasil. Para Rachel Jacoby, de 21 anos, da Universidade de Illinois, foi uma surpresa descobrir a importância do café para o Brasil e a cultura do país em produzir e aprimorar cada vez mais as técnicas de produção, moagem, torrefação, entre outros. “Eu escolhi este programa para complementar o lado acadêmico sobre a bebida, para aprender também sobre a logística tanto nos EUA, quanto agora no Brasil. Entender o processo do café do início ao fim foi muito importante para mim, para ter uma noção boa do todo”, reforça Rachel.



As jovens Brittany Bancroft e sua colega Rachel Jacoby

O professor Udatta Palekarm



Um dos professores que acompanhou o grupo de alunos da Universidade de Illinois, Udatta Palekarm que é também diretor do Programa de Supply Chain, reforça a importância deste intercâmbio de informações, de conteúdo e de vivência. Ele destaca que a visita à ABIC foi uma experiência de sucesso e incrível em absorção de conhecimento e de novas ópticas sobre a indústria do café. Que estas sejam as primeiras de muitas iniciativas junto às universidades. **JCO**



Os alunos de Illinois, com Nathan Herszkowicz e Mônica Pinto

Nova Campanha de marketing da ABIC foca nas certificações de café



No Dia Nacional do Café, a ABIC lançou sua nova campanha de marketing ressaltando as certificações da entidade

A Associação Brasileira da Indústria de Café deu início no dia 24 de maio (Dia Nacional do Café) à sua nova campanha de marketing. Mantendo o mote utilizado no ano passado, com o tema “Café Certificado sempre vai bem”, o objetivo é fortalecer as certificações da entidade e reafirmar o compromisso com a qualidade do café oferecido ao consumidor. Criada pela agência Z+Rio, a campanha será veiculada de maio a julho, quando ocorre o maior consumo do produto, e terá a participação de “influenciadores”, que são pessoas com grande presença e audiência nas redes sociais.

Com investimentos na ordem de R\$ 1,5 milhão de recursos próprios, a campanha explorará as mídias sociais e os principais portais da internet, tendo como público alvo homens e mulheres, de 18 a 45 anos. Como estratégia, a agência criou uma personalidade para cada selo da ABIC, inspirada no momento de consumo, no perfil de comportamento e no interesse do consumidor, com uma comunicação divertida, bem-humorada e dinâmica. Além de promover as certificações da ABIC,

esta ação apresentará o café como uma bebida que agrega, que dá pique e energia, que pode ser consumida em diversos momentos e que ainda é benéfica para a saúde.

Da verba total, 36% serão destinados às ações com influenciadores, 35% para conteúdos Native advertising, que é um tipo de anúncio online que se destaca por não ter um formato padrão de publicidade, aparecendo como um conteúdo destacado ou recomendado dentro de portais, sites e blogs relevantes, sem prejudicar a experiência do usuário e 29% destinados às redes sociais (Facebook / Instagram / Youtube / Google).

Pesquisas feitas pela Euromonitor, para a ABIC, indicam um aumento na procura por cafés certificados e garantidos quanto à qualidade, seja entre os cafés extrafortes e tradicionais como entre os superiores e gourmets, que são as diferentes categorias do produto, com consumidores cada vez mais informados e desejosos de experimentar cafés de alta qualidade e diferenciação. **JCO**



Máquinas e Serviços Ltda.

VOCÊ NÃO ESTÁ SOZINHO ...

A OPEM Brasil segue o cliente também na fase após a aquisição dos nossos equipamentos fornecendo um serviço pós-venda sempre ágil e eficiente.

Manutenção e suporte apropriado que irá aumentar a eficiência de sua máquina e proteger este investimento importante para o seu negócio.

Nossos técnicos são altamente qualificados e disponíveis para resolver quaisquer tipos de exigência.

Semana
Internacional do
O maior encontro
de café do Brasil



STAND "B" 29

EXPOMINAS - BELO HORIZONTE

07 à 09 de novembro de 2018

Visite nosso stand em



STAND "01"

PUNTA DEL ESTE - URUGUAI

25 à 29 de novembro de 2018

EVENTO PROMOVE DESAFIO DE TORRA

**Roaster Camp of Brazil
traz time de campeões
mundiais para curso
em Londrina**



O ser humano é competitivo. Essa característica está cada vez mais evidente na contemporaneidade, mas quando ela é aliada à informação e aprendizado o resultado tende a ser muito enriquecedor. Essa é a ideia do desafio, uma das iniciativas que faz parte do Roaster Camp of Brazil, um encontro de formação destinado a torradores e interessados em torra. O evento, com cursos ministrados por convidados internacionais e palestras, acontecerá de 22 a 29 de julho, no IAPAR, em Londrina (PR), e é inspirado em um similar realizado há muitos anos pela Specialty Coffee Association (SCA) nos Estados Unidos e na Europa. O Roaster Camp of Brazil está sendo promovido e organizado pela Brazilian Coffee Academy, braço educacional da Capricórnio Coffees, que tem um trabalho voltado à promoção da cadeia de valor de cafés especiais, e conta com apoio da ABIC.

“Eu participo do evento da SCA há muitos anos. Nesses encontros de torradores, além de palestras, há uma competição de cunho educacional, que permite a troca de experiência e conhecimento. Também é uma oportunidade em que eu posso acessar vários equipamentos que não tem no Brasil. Sempre aprendi muito sobre torra, sobre máquinas e conheci muitas pessoas”, destaca Edgard Bressani, um dos sócios da Capricórnio Coffees, uma das patrocinadoras do evento internacional realizado pela SCA.

“Por sermos patrocinadores, temos a oportunidade de trazer para o Brasil os quatro primeiros colocados no campeonato mundial de torra de 2017”, revela Bressani. Essa facilidade, aliada ao reconhecimento dos benefícios do formato do Guild (que em inglês quer dizer clube, união, grêmio) International, levou a Capricórnio Coffees a realizar, pela primeira vez, um evento similar no Brasil, mantendo a ideia de um encontro de formação acompanhado de um desafio, que estimula também o aprendizado e a interação. No cenário brasileiro de torrefação, falar de qualidade pressupõe estar perto da Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), que ao longo dos seus 45 anos



Edgard Bressani, da Capricórnio Coffees

de história, se estabeleceu como uma defensora contumaz da melhoria da qualidade do café torrado brasileiro. Bressani revela que essa característica da entidade a colocou como uma parceira fundamental. “Quando pensamos em quem chamar para estar conosco, pensamos imediatamente na ABIC pela sua atuação no setor e por estar sempre aberta a coisas diferentes”, explica.

E aí entra o famoso conceito de sincronicidade, ou seja, de coincidência significativa. Nathan Herszkowicz, diretor-executivo da ABIC conta que, juntamente com o presidente da entidade, procurou Bressani com o objetivo de desenvolver mais atividades na direção dos cafés de qualidade, aprofundando ainda mais a questão da especialidade porque o consumidor brasileiro está interessado nesse tema, ele está pedindo isso. O que ouviram de Bressani foi a iniciativa do Roasters Camp of Brazil e o apoio veio imediatamente.



Henrik Arvidsson



Anne Cooper



Luiz Roberto Saldanha



O Campeão Mundial de Torra do WCE, Rubens Gardelli



Benjamim Pozsgai

Reconhecidamente um apaixonado pelo café, Herszkowicz destaca que iniciativas como a da Capricórnio Coffees são importantes para consolidar a formação e a figura do torrador. “Eles são os intérpretes do grão. Eles interpretam as reações dos grãos de café que traduzem os pontos mais corretos de formação do sabor, dos melhores aromas, que se transformam no corpo, na fragrância do café. O objetivo do trabalho deles é transformar a excelência dos grãos em bebidas de excelência”.

O diretor-executivo ressalta que a formação é um aspecto muito importante desses profissionais, daí a importância desse evento pioneiro, que promove também a troca de experiências com profissionais de altíssimo nível internacional. Herszkowicz lembra também que, embora o Brasil não use a nomenclatura “mestre de torra”, esse profissional existe e tem formação. “Há diversos cursos livres de dois a três anos promovidos por cafeterias e também por sindicatos”. Cita, entre outros, o Curso de Ciência da Torra do Café oferecido pelo Centro de Pesquisa e Preparação do Café do Sindicato das Indústrias de Café de São Paulo, “já formou muita gente boa, muitos profissionais diferenciados”.

Formato do Roaster Camp of Brazil

Com uma programação com cursos intensos e intensivos, permeado de muita prática, e ministrados por nomes de renome no cenário internacional da torra do café, o Roaster Camp of Brazil tem como ponto alto o desafio entre equipes. A atividade reúne 50 pessoas divididas em cinco grupos. As equipes recebem um desafio relacionado a um aspecto de torra de café e se reúnem para desenvolvê-lo e submetê-lo ao corpo de jurados. “As equipes mesclam pessoas jovens, que começaram a pouco tempo, com pessoas mais experientes”, explica Bressani. As 30 primeiras vagas do desafio estão reservadas para os 30 participantes do curso. **JCO**



A Australiana Muki Yeung fará o curso fundamentos da torra

Cronograma:

22 de julho - Curso Fundamentos da Torra - com Muki Yeung, da Austrália, e Luiz Saldanha, Brasil • 5 horas • Curso básico para nivelamento dos participantes • 15 vagas

23 a 26 de julho - Curso Expressões da Torra - com Anne Cooper, da Austrália • 30 vagas • 30 horas • Duas turmas distintas em horários diferentes (manhã e tarde), enquanto uma torra, a outra prova os cafés • 2 turmas de 15 pessoas cada

27 a 29 de julho - Desafio entre Torradores com a presença do Campeão Mundial de Torra do WCE - Rubens Gardelli e outros campeões • 50 participantes • 5 equipes • 10 pessoas cada equipe

Maiores informações no site:

www.roasterguildofbrazil.com.br

aplicativo APP DE OLHO NO CAFÉ



Aplicativo recebeu quase sete mil consultas. Consumidores também estão denunciando uso indevido das certificações ABIC

Lançado em setembro de 2017, o aplicativo “De Olho No Café”, é um sucesso, como demonstram os números. A ferramenta já foi baixada em 1.680 aparelhos de celular e já recebeu quase 7 mil consultas de consumidores de praticamente todo o País, e mesmo alguns do exterior, que queriam saber sobre a certificação das marcas, verificar o tipo de certificação e denunciar fraudes ou uso indevido dos selos.

O projeto, apesar de recente, conta com 310 empresas cadastradas, que registraram 2.046 códigos de barras e que podem ser consultados com facilidade através do aplicativo.

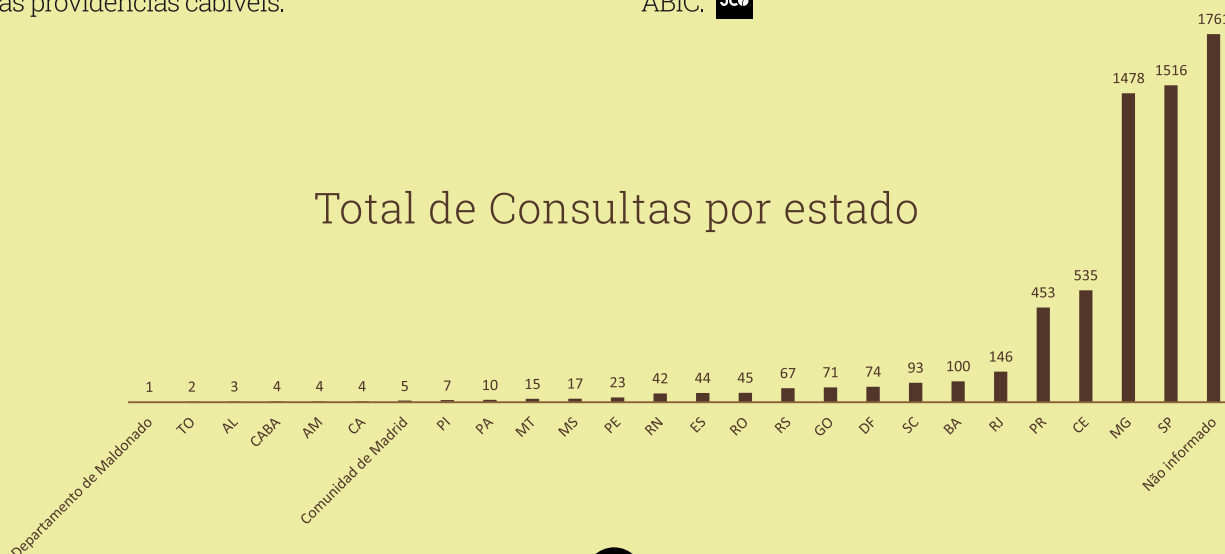
Segundo o Instituto Totum, agência certificadora dos programas da ABIC e responsável pelo desenvolvimento do aplicativo, 36 marcas foram denunciadas à entidade para as providências cabíveis.

Para o diretor do Totum, Fernando Lopes, o uso da tecnologia digital aproxima da ABIC aqueles apreciadores de cafés antenados na tecnologia e que querem praticidade e rapidez para consultar a certificação do produto. É um grande avanço no respeito ao consumidor e no relacionamento com os apaixonados pela bebida, complementa Lopes.

O aplicativo também abre inúmeras possibilidades de comunicação entre os consumidores, às indústrias e a própria ABIC. Inclusive, o usuário pode fotografar a embalagem e enviar para a entidade.

O aplicativo pode ser baixado gratuitamente pelo Google Play ou na Play Store. Ele permite a qualquer consumidor consultar em tempo real se os produtos disponíveis nos pontos de vendas são certificados pela ABIC. 

Total de Consultas por estado





24 de Maio Dia Nacional do Café

24 de maio é o Dia Nacional do Café. A data foi incorporada ao Calendário Brasileiro de Eventos em 2005, por sugestão da ABIC, e simboliza a época da colheita na maior parte das regiões produtoras. Festejado com diversas ações das indústrias de torrefação, cafeterias, cooperativas, exportadores, produtores, varejo, imprensa e por todos apaixonados por este produto, que é cultivado há mais de 290 anos em terras brasileiras.

Uma das mais antigas bebidas da humanidade, o café é um produto que se mantém atual e moderno, incorporando inovações que atraem os consumidores, levando-os à experimentação e à descoberta de qualidades e origens diferenciadas, com mais aroma e sabor. Sendo o segundo maior país consumidor de café no mundo, com a marca de mais de 21 milhões de sacas no ano de 2017, superado apenas pelos Estados Unidos, o Brasil é o maior produtor e exportador, gerando 5 milhões de empregos na cadeia produtiva, com um faturamento anual na marca de 7,5 bilhões de dólares. 

Consumo de mais de 21 milhões de sacas no ano de 2017

APROXIMADAMENTE...

(105 bilhões de xícaras)

Sabor da Colheita

Fotos: João Luiz - divulgação Agricultura



Dagmar Cupaiolo saúda os participantes

Entre as comemorações do Dia Nacional do Café está a tradicional colheita no Instituto Biológico, da Secretária de Agricultura de São Paulo, que simboliza o início da colheita no Estado.

A 14ª Edição do “Sabor da Colheita”, contou com a participação do secretário de Agricultura do Estado de São Paulo, Francisco Sérgio Ferreira Jardim, do Presidente do Sindicafé-SP e vice presidente da ABIC e da FIESP, Dagmar Cupaiolo, do diretor executivo da ABIC e ex-presidente da Câmara Setorial do Café, Nathan Herszkowicz, do Coordenador de Desenvolvimento dos Agronegócios (Codeagro), José Valverde Machado Filho, do diretor do Instituto Biológico, Antonio Batista Filho e do consultor Aldir Alves Teixeira, entre outras autoridades.

Uma grande quantidade de pessoas prestigiou a cerimônia e teve a oportunidade de vivenciar a colheita dos grãos maduros, numa plantação que é considerada um dos maiores cafezais urbanos do mundo, com cerca de dois mil pés, cultivados em uma área de 10 mil metros quadrados. O cafezal é composto pelas variedades Mundo Novo e Catuaí.

“O café é história. Temos que permanecer sempre juntos, unidos, para continuar com essa produção de alta qualidade no estado”, afirmou Dagmar Cupaiolo, um dos entusiastas do evento.

O secretário Jardim destacou a importância do café para o desenvolvimento da economia paulista, e lembrou a importância dos institutos de pesquisas para manter a sanidade da produção agrícola e aumentar a qualidade e a produtividade.

Parte dos grãos colhidos serão torrados e moídos e doados ao Fundo Social de Solidariedade do Estado, que distribuirá à entidades assistenciais. **JCO**



O Secretário Francisco Jardim, com Nathan Herszkowicz, Antonio Batista Filho e Marina Klein



Degustação de cafés preparados por Camila Arcanjo, do Sindicafé-SP



Camila Arcanjo e funcionários da ABIC prestigiaram o evento no Biológico

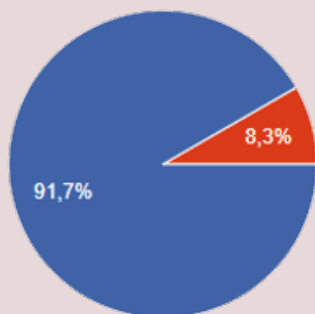
ABIC faz pesquisa inédita para verificar a satisfação dos associados participantes do PQC

Realizada entre março e abril de 2018, para avaliar o nível de satisfação das empresas participantes do PQC – Programa de Qualidade do Café, pesquisa apresenta dados significativos e que mostram a importância e o sucesso do programa de certificação desenvolvido pela ABIC.

Perguntados se o PQC agregou valor à marca e se elas se destacam dos concorrentes 66,7% responderam que sim. Já 91,7% dos entrevistados afirmam que o programa ajudou a melhorar o processo de produção e a qualidade dos produtos e que a totalidade dos seus funcionários entendem a importância de realizar auditorias regulares na empresa.

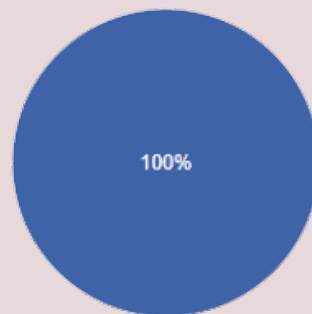
SOBRE PERCEPÇÃO DE VALOR

O PQC ajudou sua empresa a melhorar os processos de produção e a qualidade dos produtos?



● Sim
● Não

Seus funcionários entendem a importância da realização da auditoria em sua empresa?



● Sim
● Não

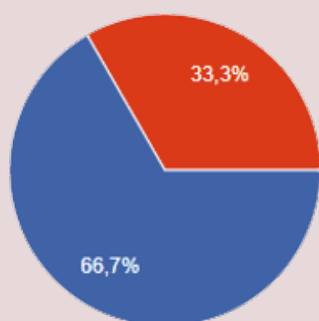
Com relação a quantidades de produtos certificados 45,8% afirmaram ser em toda a linha da empresa e 50% em sua maioria, o que mostra que as indústrias participantes confiam e acreditam no selo, o que é comprovado pela resposta que 75% usam os selos em todos os produtos certificados.

Sobre as auditorias realizadas 79% afirmam que são muito importantes para a empresa e que os apontamentos podem melhorar a produção, sendo que 95,8% confirmaram que as análises de manutenção auxiliam na busca do aperfeiçoamento da qualidade.

Para o vice-presidente de Qualidade e Certificação da entidade, Pavel Monteiro Cardoso, os resultados expressivos dessa pesquisa mostram que o caminho da busca da qualidade desenvolvida pela ABIC, desde o lançamento do Selo de Pureza, é um processo sem volta e que vai ao encontro dos anseios dos consumidores, e atendem as necessidades das indústrias associadas e do mercado como um todo. Com certeza é um sucesso, que mais uma vez, mostra a visão empreendedora da ABIC, afirma Pavel. 

SOBRE PERCEPÇÃO DE VALOR

O PQC agregou valor às suas marcas, e elas conseguem se destacar dos concorrentes?

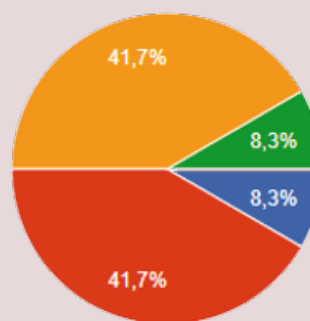


- Sim
- Não

Poderia ter mais impacto caso a comunicação fosse melhor.

Os nossos consumidores não sabem o que é o PQC e não o valorizam.

Em relação à importância do PQC para sua empresa, qual alternativa melhor se enquadra?



- O PQC é estratégico para o posicionamento de minha empresa
- O PQC é importante para o posicionamento de minha empresa
- O PQC é mais um programa relevante para minha empresa e produtos
- O PQC é pouco importante para o posicionamento de minha empresa
- O PQC não possui relevância para o posicionamento de minha empresa

Florianópolis, 18 de março de 2018

Nota de Esclarecimento

Prezado(a)s associado(a)s da ABIC e consumidores de café,

A ABIC vem através desta **esclarecer e tranquilizá-los com relação a decisão preliminar proferida no dia 28 de março de 2018 pelo juiz Elihu Berle, de Los Angeles (Califórnia, EUA)**, requerendo que alertas de risco de câncer sejam vinculadas nas embalagens e material de divulgação do café vendido no Estado da Califórnia.

O risco de câncer seria consequência da presença de **acrilamida**, que é produzida durante o processo de torragem do café. Isto foi testado em 1990, após pesquisas experimentais em animais de laboratório, mas não em humanos. Estudos recentes indicam inclusive que a acrilamida possa ser produzida pelo próprio organismo humano.

Além do café torrado, diversos alimentos amplamente consumidos pela população (batatas fritas, salgadinhos fritos e assados, nozes torradas, bolachas, biscoitos, pães e torradas) podem conter quantidades variáveis de acrilamida. Entretanto, o Food and Drug Administration (FDA), agência regulatória de alimentos e drogas dos EUA, e outras organizações científicas e de saúde continuam a estudar os efeitos na saúde de acrilamida nos alimentos. **Neste sentido, o FDA não aconselha as pessoas que parem de comer produtos que contenham a acrilamida. E mais importante, o FDA não aconselha as pessoas a pararem de beber café.**

Recentemente, durante a **121ª Sessão da International Coffee Organization (ICO)**, realizada de 9 a 13 de abril na Cidade do México, esta decisão judicial preliminar foi discutida pelos cientistas **Dra. Astrid Nehlig**, Diretora Emérita de Pesquisa do Instituto Nacional de Pesquisa Médica (INSERM) de Paris-Estrasburgo (França) e que atualmente preside a ASIC (Associação para a Ciência e Informação sobre o Café) e que atua como assessora científica do ISIC (Instituto de Informação Científica sobre o Café) e o **Dr. Rui Daniel Prediger**, Professor Titular do Departamento de Farmacologia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), membro Associado da Academia Brasileira de Ciências (ABC) e assessor científico do Grupo Café e Saúde da ABIC. **Os cientistas criticaram muito esta decisão judicial**, uma vez que as evidências científicas atuais apontam que **o consumo regular e moderado de café (3-4 xícaras por dia) está associado a uma redução de até 20% no risco de morte da população, bem como redução no risco do desenvolvimento de depressão, doenças neurodegenerativas e de alguns tipos de câncer.**

Por fim, destacamos que um grupo de trabalho formado por 23 cientistas de diversos países atuou para IARC (International Agency for Research on Cancer). Após a revisão cuidadosa de mais de 1.000 estudos científicos, a IARC reclassificou o café para o grupo 3 (onde estão as substâncias sem risco para o desenvolvimento de câncer para humanos). **Ou seja, segundo a IARC, principal agência do mundo responsável pelo estudo e classificação dos riscos de câncer, NÃO existem evidências científicas que associem o consumo de café e o aumento do risco do desenvolvimento de câncer.**

A ABIC salienta que, recentemente, a Associação Europeia de Hepatologia incluiu o café como aliado da prevenção de câncer do fígado.

Professor Dr. Rui Daniel Prediger

Professor Titular do Departamento de Farmacologia UFSC

Membro Afiliado da Academia Brasileira de Ciências (ABC)

Rodrigo A. Cunha - Professor na Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra (Portugal)

Referências

IARC Monographs evaluate drinking coffee, maté, and very hot beverages

https://www.iarc.fr/en/media-centre/pr/2016/pdfs/pr244_E.pdf

Park SY, Freedman ND, Haiman CA, Le Marchand L, Wilkens LR, Setiawan VW. Association of coffee consumption with total and cause-specific mortality among nonwhite populations. *Ann Intern Med.* 2017;167:228-235.

U.S. Food and Drug Administration

Acrylamide in Food

<http://www.fda.gov/food/foodborneillnesscontaminants/chemicalcontaminants/ucm053549.htm> (link is external)

National Cancer Institute

Acrylamide in Food and Cancer Risk (2008)

<http://www.cancer.gov/cancertopics/factsheet/Risk/acrylamide-in-food> (link is external)

National Toxicology Program

Report on Carcinogens, Acrylamide (2005)

<http://ntp.niehs.nih.gov/ntp/roc/twelfth/profiles/Acrylamide.pdf#search=report%20on%20carcinogens%20acrylamide>

JORNAL DO CAFÉ

Anuncie na revista oficial da ABIC e fale com milhares de pessoas do agronegócio café.

Aproveite a condição especial.

Ganhe 20% de desconto
fechando a partir de duas edições.



Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

Para anunciar entre em contato com a GSB2:
jornaldocafe@gsb2.com.br
(19) 3661-1313

GSB2
publicidade



O 26º Encafé – Encontro Nacional da Indústria de Café, que neste ano, pela primeira vez, acontecerá no exterior, já conta com a adesão de diversos participantes e também de fornecedores e entidades que confirmaram suas presenças na Exposição de Máquinas, Equipamentos, Produtos e Serviços.

Este evento, comemorativo aos 45 anos de fundação da ABIC, cujo tema é “Inovação e Transformação Digital – Qual o melhor futuro para sua empresa?”, pelo fato de acontecer fora do

Brasil, abre a oportunidade de conhecer novos mercados e estreitar relacionamentos com potenciais clientes que operam no Mercosul.

O hotel do evento, no suntuoso balneário de Punta Del Este, no Uruguai, que tinha a bandeira Conrad Enjoy, passou por uma alteração societária e agora é somente Enjoy.

O Grupo Enjoy, empresa Chilena do setor de entretenimentos, já havia adquirido 45% das ações do empreendimento em 2013, ao custo de US\$



139,5 milhões e agora em 2018 acabou de assumir os 55% restantes, num investimento de US\$ 189 milhões. A empresa irá aplicar no hotel valores expressivos, fazendo reformas e modernizações, garantindo a qualidade e a sofisticação que marcam esse hotel e Cassino e ainda construir, nos próximos anos, três torres, que totalizam mais 900 quartos.

Expositores

As empresas Cia Lilla, Embalagens Flexíveis Diadema, Opem Brasil, Probat/Leogap, Sulprint Embalagens e TME serão expositores categoria Diamante, com espaços de 21 m². Na categoria prata, com estandes de 12 m², estão às empresas Brambatti, pela primeira vez no evento, Converplast, Goglio do Brasil, IMA Gima, Perfor e as entidades ABICS – Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel e Cecafé – Conselho dos Exportadores de Café do Brasil.



A ABIC contratou uma quantidade de apartamentos, no início desse ano, fechando o câmbio de conversão do dólar. Aproveite essa oportunidade e faça sua reserva, o mais breve possível. Garanta sua participação num evento já consagrado pelo setor como um dos mais importantes e produtivos da cadeia do café. JCO

Faça sua inscrição pelo site:

<http://abic.com.br/eventos/encafe/26encafe/>

Pequena no tamanho, Gigante na produção.



DELTA

mini SORT

Elimina grãos brocados



- Painel eletrônico LED
- Câmeras RGB de alta velocidade

- Ideal para pequenos volumes
- Processamento de até 2.000 kg / hora
- Full color / HD



Vendas, assistência técnica e peças no Brasil: (19) 9 9234 8757

1602 Townhurst - Houston, Texas - 77043 USA
 Phone + 1.713.464.7407 - Fax +1.713.461.6753
info@deltatechnology.com - www.deltatechnology.com

O mercado de café vive uma verdadeira inquietação, com diversas aquisições, novas plantas e grandes investimentos em marketing e mídia. E muitas novidades para o consumidor.

Essa tendência já havia sido indicada pela pesquisa realizada pela consultoria Euromonitor para a ABIC e apresentada no 25º Encafé. Segundo esse estudo, o Brasil vai consumir 1,229 milhão de toneladas de café em 2021, sendo que o consumo médio anual terá um crescimento progressivo, entre 3,3% a 3,6%.

Para Ricardo Silveira, presidente da ABIC, apesar da relevância das marcas tradicionais no portfólio, as indústrias cada vez mais buscam aumentar seu mix de ofertas, com um conjunto de produtos de melhor qualidade e que satisfaçam as exigências dos diversos públicos consumidores.

Para atender todo esse aumento da demanda e procura por novidades as empresas estão investindo e ampliando seus parques fabris e seus leques de opções.

A 3 Corações, líder do mercado de café torrado e moído no Brasil, e vice-líder no mercado de cápsulas, deve investir somente no segmento de cápsulas, até 2021 cerca de R\$ 200 milhões, sendo que entre R\$ 60 milhões e R\$ 70 milhões, já foram aplicados na fábrica de Montes Claros (MG), que iniciou sua produção em 2017. Tudo isso para atender a forte demanda por suas cápsulas, que cresceu 34% em 2017.

A Melitta também vai inaugurar uma nova planta que deve entrar em operação ainda no primeiro semestre de 2018.

Com investimentos na ordem de R\$ 200 milhões a Nestlé ampliou sua capacidade de produção na



unidade de Montes Claros (MG), para atender a demanda de cápsulas do Café Dolce Gosto, e de bebidas solúveis, com a duplicação da sua capacidade instalada.

Líder mundial no setor de alimentos, a Nestlé também agitou o mercado mundial do produto ao anunciar um investimento de US\$ 7,15 bilhões para comercializar os produtos da Starbucks, a maior rede de cafeterias do mundo. Essa operação, por enquanto, não envolve a atuação da empresa no Brasil.

Por sua vez, a rede Starbucks anunciou que fechou acordo de licenciamento no país com a empresa de investimentos SouthRock, que envolve a venda da operação brasileira à companhia – são 113 pontos em 17 cidades no Brasil.



Café

um setor em ebulição

“Atualmente existem cerca de 80 marcas de cafés em cápsulas no mercado, muitas delas com atuação regional, pulverizadas em pequenas empresas”, analisa o diretor executivo da ABIC, Nathan Herszkowicz. “O café, em forma de cápsulas, representa a quarta onda do setor e pode significar uma melhor estratégia para o País melhorar seu desempenho nas exportações de cafés industrializados,” acrescenta Nathan.

Marketing, Mídia e Copa do Mundo

Há cada vez mais envolvimento da mídia na geração de conteúdo sobre café, com um aumento significativo de espaço, tanto em termos de posicionamento de mercado, como também em matérias de inovação, tecnologia, consumo, modismo e saúde.

As empresas também aproveitam esse momento, junto com outra paixão nacional – o futebol – para aumentar os investimentos em marketing, utilizando a Copa do Mundo para destacar seus produtos.

O café Pilão, para comemorar seus 40 anos, tem como “garoto-propaganda” o jogador Neymar, e lançou a promoção “Camisetas do Neymar Jr”, com quatro modelos contando a história do atleta, por meio dos números das camisetas que ele vestiu ao longo de sua carreira.

O Grupo 3 Corações, que é o café oficial da seleção brasileira de futebol, produziu uma edição especial limitada do Espresso Seleção Brasileira. A empresa





também lançou Kits comemorativos com os espressos Supremo, Pleno e Vibrante, que vem acompanhados de “copo to go” personalizados com a camiseta da seleção.

Inovação e novos mercados

As indústrias estão acompanhando a evolução rápida que o mercado exige e para atender as novas demandas criam marcas, modernizam embalagens, lançam produtos e incentivam novos usos. E gigantes entram no setor.

A Mitsui Alimentos apresentou ao mercado a marca de cafés gourmets “.br Gold”, composta por cafés em cápsulas compatível com a Nespresso e também cafés torrado e moído. O produto tem duas linhas: Origens e Variedades. Origens, em cápsulas e pacotes de torrado e moído de 250 gramas, com as opções Mogiana Paulista e Cerrado Mineiro. O Variedades é produzido em cápsulas com grãos Bourbon Vermelho, do Cerrado Mineiro.

Além do Pilão espresso, a JDE aumentou sua participação no mercado com o portfólio da marca L’OR.

A gigante Coca-Cola apostou na marca Leão para estreitar no segmento e desenvolveu um produto com dois tipos de torra (média e escura), comercializadas em embalagens de 250 e 500 gramas, em grão e moído.

A rede Natura, vai tentar repetir a fórmula que deu origem a uma das maiores empresas de cosméticos do país, com a marca Dengo, trabalhando com produtores pequenos e médios, de Minas Gerais e São Paulo. Inclusive a Dengo participou da 14ª Edição dos Melhores Cafés do Brasil.

A inovação também chega ao tipo de cápsulas utilizado. O Café Pilão lançou uma linha em alumínio 100% reciclável, que são produzidas na França e estão disponíveis em cinco opções de sabores e intensidades.

Café na casquinha de chocolate. Essa é a novidade que a Davvero Gelato Tradizionale incluiu em seu cardápio. Um dos sabores de café da Nespresso servido em uma casquinha produzida artesanalmente com chocolate belga.

A Kapeh, empresa de cosméticos, conhecida por utilizar o extrato do café nas suas fórmulas está lançando uma nova linha com produtos diversos, com esfoliantes, protetor solar e antiedema.



Presente em 18 estados brasileiros, em quase 300 pontos de vendas, a empresa utiliza a matéria prima cultivada na fazenda Rancho Fundo, em Minas Gerais.

A Hop Arábica desenvolveu uma Blond Ale com café da Serra da Mantiqueira (MG). É uma cerveja clara, leve e refrescante, com aromas e sabores frutados, com a marcante presença do café. A ideia surgiu da parceria da Morada Cia Etlíca com o Lucca Cafés Especiais, ambos de Curitiba.

Como se pode ver o mercado de café é cada vez mais inovador e busca por melhor qualidade, e quer atender os diversos públicos, com diversificação e para isso não está poupando investimentos. **Jco**





MONTANA

COFFEE

MC.NES

Máquina Automática para Envase de Cápsulas

Velocidade de Produção:
MC.NES I - 20 a 30 un/min
MC.NES II - 50 a 60 un/min

Compatível com sistema Nespresso e outros

Rua Iguaçu, 67 - São Paulo - SP - Fone: (11) 2093-7073 / 2093-0070 www.montanacoffee.com.br - contato@montanacoffee.com.br



O CAFÉ ESTÁ MUDANDO. E VOCÊ?

Há uma mudança em curso entre os consumidores de café. Desde o ano 2000, principalmente, a oferta de cafés de alta qualidade foi ampliada pelas indústrias torrefadoras impulsionadas pelos cafeicultores brasileiros que passaram a colher uma quantidade cada vez maior de grãos com maturação uniforme, colheita seletiva, secagem dos grãos em separado, tanto os naturais quanto os cerejas descascados com o uso correto de secadores ou terreiros suspensos.

Junto com esta mudança de paradigma, isto é, produzir com mais qualidade e buscar preços melhores para a safra, o Brasil transformou-se no país produtor com o maior número de concursos regionais, estaduais e nacionais, de qualidade do café em grão. Estes eventos sempre carregaram como resultado, um contingente expressivo de cafeicultores que também se transformaram em produtores de qualidade do grão.

E assim, essa cadeia produtiva voltada para o café de alta qualidade tomou o formato atual, de milhares de produtores com conhecimento das melhores técnicas de produção tendo como resultado matérias primas para cafés gourmet e especiais.

Hoje, essa qualidade está chegando aos consumidores que, mais conhecedores, mais exigentes, que gostam da experimentação e apreciam a diversidade de tipos e bebidas, estão fazendo o consumo de cafés de alta qualidade aumentar muito. As indústrias estão observando e interpretando esta mudança. Procuram atualizar a oferta de produtos que atendam os desejos desse novo contingente de consumidores, os apaixonados pelo café.

Assim como nas cervejas, nos azeites, nos cortes de carnes, entre outros, as empresas que oferecem um amplo portfólio de produtos de qualidade, estão mais próximas do sucesso e cada vez mais distantes da concorrência predatória que, ao apoiar-se somente nos preços baixos como ferramenta de vendas, deixam escapar o valor de suas marcas e comprometem o seu futuro.

Mas, o café está mudando, E você ?

A ABIC, com um olhar agudo nas tendências do consumo e para apoiar os industriais, criou ao longo dos anos, vários programas inéditos de

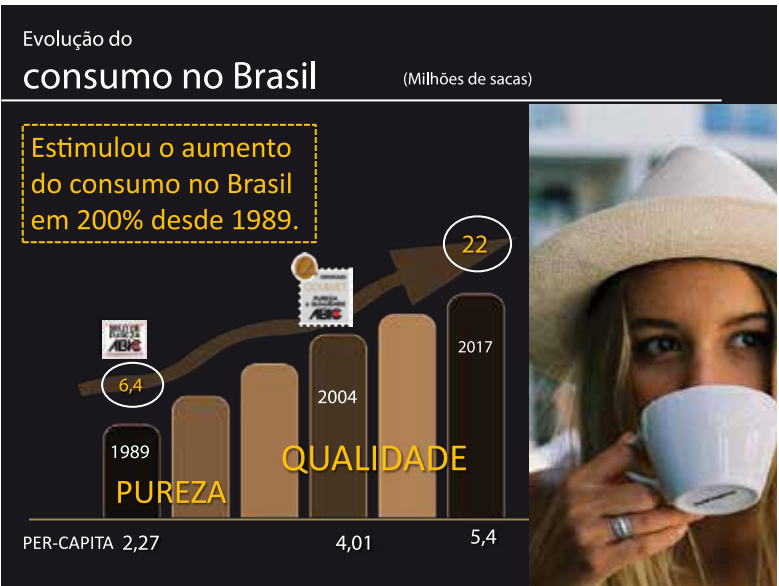
qualidade e certificação, que hoje são reconhecidos pelos consumidores como verdadeiros facilitadores das escolhas de suas marcas de café. Além disso, ao monitorarem os produtos certificados com coletas e análises feitas por especialistas, conferem garantia de consistência da qualidade e colaboram para aumentar o valor agregado dos produtos.

Grandes e pequenas indústrias de café, além de novas empresas, entrantes no segmento, estão investindo como nunca no lançamento ou reposicionamento de produtos, com qualidade Superior e Gourmet, principalmente, todas certificadas pelo PQC ABIC. Esses cafés estampam os logotipos com o nome das categorias – Tradicional, Superior ou Gourmet – o que ajuda nas escolhas dos consumidores.

Seus preços são diferenciados dos cafés do dia a dia, mas as pesquisas mostram que os consumidores aceitam pagar a mais por esses cafés de qualidade.

Os consumidores querem mais qualidade no café e a indústria deve saber como atendê-los. Tudo passa pela qualidade certificada. Tudo passa por uma entrega que crie vínculos com os consumidores, verdadeira e que se repita a cada xícara. 

Nathan Herszkowicz é diretor executivo da ABIC



ABIC participa de convenção no Peru

A 21ª Convenção da Câmara Peruana de Café e Cacau contou com uma palestra do diretor Executivo da ABIC, Nathan Herszkowicz, que apresentou a "Experiência Brasileira na Promoção de Cafés de Qualidade".

O evento que ocorreu entre os dias 17 e 18 de maio, em Lima, contou também com a participação de José Dauster Sette, diretor executivo da OIC – Organização Internacional do Café, que falou sobre a "Evolução do Comércio de Café entre o mundo e o Peru".



Embaixador do Brasil no Peru: Marco Raposo Lopes, Gerente da Câmara Peruana de Café e Cacau Eduardo Montauban, José Sette, Embaixadora Silvia Alfaro Espinoza, Nathan Herszkowicz, Ministro Suarez Peña

Café Cajubá completa 50 anos

O Café Cajubá completou 50 anos de atividades em 24 de maio e comemorou com um café da manhã, onde foi lançada a Revista Almanaque Uberlândia de Ontem e Sempre – 50 anos Café Cajuba, que conta a história da empresa com depoimentos e registros.

Ricardo Silveira, presidente da ABIC e Almir José da Silva Filho, presidente do Sindicafé-MG, prestigiaram o evento, que contou também com a presença de colaboradores, distribuidores, fornecedores, gestores, consumidores e imprensa.



Na ocasião os participantes na ação "Café pra mim é..." receberam um presente especial entregue pela empresa: um kit com produtos e utensílios para o preparo de café e 20 unidades de Café Cajubá Class 500 gramas.

Justiça autoriza busca e apreensão de embalagens

Atendendo à solicitação da ABIC, a justiça autorizou que fosse feita a busca e a apreensão de bobinas de embalagens que tinham a impressão do Selo de Pureza ABIC, mesmo sem a empresa possuir autorização para estampar essa certificação da entidade.

Essa ação ocorreu na sede da empresa, na cidade de São Paulo, e no total foram apreendidas cinco mil quilos de embalagens, que recolhidas ficam sob a guarda da entidade, até decisão final da justiça.

Essa ação mostra a preocupação da ABIC e seu constante monitoramento do mercado, visando sempre garantir um café dentro dos padrões estabelecidos pela legislação.



Andrea Illy, Celso Vegro, Francisco Sérgio de Assis, Sergio Parreiras, Carmem Lúcia Chaves de Brito, Massimiliano Pogliani e Nathan Herszkowicz

Illycaffè faz homenagens

Com o objetivo de reconhecer pessoas e organizações por sua dedicação ao desenvolvimento da cafeicultura brasileira, a Illycaffè instituiu a Menção Honrosa de Valorização da Cafeicultura. A primeira edição foi entregue na cerimônia do “27º Prêmio Ernesto Illy”.

Foram agraciados: Nathan Herszkowicz, pela Indústria, Francisco Sérgio de Assis, pelos produtores, Celso Vegro, em Pesquisa e Inovação, Carmem Lúcia Chaves de Brito (Ucha) na categoria Mulheres do Café e Sergio Pereira Parreiras, na categoria comunicação.



Grande perda

A jornalista Marília Moreira, editora deste veículo, faleceu em 29 de março, aos 61 anos, deixando um legado importante no jornalismo empresarial e principalmente no ligado ao café.

Cuidando da comunicação e assessoria de imprensa da ABIC, por quase 30 anos, Marília sempre estimada e querida por todos que a conheceram, foi uma colaboradora comprometida com a boa imagem da indústria de café e da ABIC ajudando nos contatos dos profissionais de imprensa, na construção do conceito da importância da qualidade do café.

Formada pela Fundação Cásper Líbero, teve passagens na Folha da Tarde, Última Hora, Jornal da Tarde e Estadão. Foi autora do livro: “50 Anos de Café e Brasil”, lançado em 2006 e idealizadora e editora do Jornal do Café.

Era casada com Eduardo Buitron e deixa as filhas Luciana e Gabriela, além do neto Pedro.



Homenagem do cartunista Paulo Caruso



SÓ EXISTE UM

Café
CAMPEÃO®