

Entrevista: Matheus Volkmann Biekarck



O MERCADO DE PRODUTOS ORGÂNICOS

A agricultura e o consumo de produtos orgânicos estão em processo de expansão nos últimos anos. E, as projeções para 2016 reafirmam a tendência de crescimento maior no Brasil, com previsão de faturamento acima da marca de R\$ 3 bilhões neste ano. Para falar sobre esse promissor mercado, a revista Aditivos & Ingredientes entrevistou, com exclusividade, Matheus Volkmann Biekarck, presidente da BrasilBio - Associação Brasileira de Orgânicos.

“O setor orgânico provoca um desafio à inovação no setor de matérias-primas”.

O que é a BrasilBio e qual o objetivo de sua criação?

A BrasilBio foi fundada em 2004, por um grupo de produtores brasileiros que participava da principal feira de produtos orgânicos do mundo, a BioFach, em Nuremberg, Alemanha. O objetivo era criar uma entidade que representasse o setor, principalmente na esfera governamental. A principal reivindicação era o reconhecimento por parte do Estado Brasileiro à atividade de Agricultura Orgânica. Na época, não havia uma legislação brasileira para regulamentar o setor, tornando-se mais um desafio para exportar produtos de um país não regulamentado para países da Europa, Japão e EUA, onde a norma orgânica era reconhecida a pelo menos uma década.

Qual trabalho desenvolvido pela associação para fomentar o setor de orgânicos?

A BrasilBio atua nos principais fóruns de debate para o avanço da temática da produção orgânica. Somos membros da CTAO - Câmara Temática de Agricultura Orgânica do Ministério da Agricultura -, CPOrg/SP - Comissão da Produção

Orgânica de São Paulo - e PLANA-PO - Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica. Dessa maneira, fazemos a nossa parte ao representarmos os interesses do setor perante distintos marcos regulatórios.

Quais as principais categorias de produtos orgânicos?

As principais categorias de produtos são: produção animal e vegetal, extrativismo, insumos e industrializados.

“Há 10 anos os produtos orgânicos eram em grande parte destinados à exportação; hoje, consumimos metade do que produzimos”.

“No setor lácteo, empresas pretendem investir em projetos orgânicos, como é o caso da Danone, que investiu US\$ 10 bilhões na aquisição da WhiteWave Foods”.

Qual a relação dos produtos orgânicos com a naturalidade e a saudabilidade?

Pouco se discute a respeito do impacto da atual agricultura sobre o meio ambiente. Erosão, mudanças climáticas, utilização dos recursos hídricos, fertilização dos solos e manejo de pragas, e seu impacto na poluição de solos, rios e ar. Deve-se refletir a respeito do tema para que sejam traçados caminhos para entregarmos o planeta saudável às futuras gerações.

Segundo pesquisas, o mercado de produtos orgânicos cresce praticamente no mundo todo. Na sua opinião, o que tem impulsionado este mercado?

O consumidor está cada vez mais informado e decidido a consumir produtos saborosos e livres de contaminantes químicos. O consumo de produtos orgânicos está se tornando um estilo de vida, nesse contexto a vinculação do consumidor com a origem do alimento é relevante, saber onde e como são cultivados faz toda a diferença.

Qual a demanda dos produtos orgânicos no Brasil?

Na última década, o Brasil se tornou o maior consumidor de produtos orgânicos do hemisfério Sul. Há 10 anos os produtos orgânicos eram em grande parte destinados à exportação; hoje, consumimos metade do que produzimos. O consumidor brasileiro despertou para esse tipo de produto, o que é tendência mundial.

As grandes demandas são grãos e seus derivados, frutas, e produtos industrializados. É uma cadeia em plena formação.

Qual a percepção dos consumidores com relação aos produtos orgânicos?

Produtos saudáveis, saborosos, ecologicamente corretos e livres de pesticidas.

Quais as principais tendências em produtos orgânicos?

As principais demandas reprimidas são frutas, lácteos e cárneos. A cadeia de produtos orgânicos é uma grande oportunidade para empreender, pois as demandas são muito grandes, o setor cresce em média 30% ao ano. O Brasil tem aproximadamente 11.000 produtores rurais certificados, nessas propriedades os recursos naturais são respeitados e preservados.

Como a indústria alimentícia vê os produtos orgânicos?

Qual a aceitabilidade desse tipo de matéria-prima?

A aceitabilidade de produtos é muito boa. *Players* do setor brasileiro obtiveram crescimento significativo em plena crise, na casa de dois dígitos. No setor lácteo, empresas

pretendem investir em projetos orgânicos, como é o caso da Danone, que investiu US\$ 10 bilhões na aquisição da WhiteWave Foods.

A aceitabilidade da matéria-prima, no caso da soja e outros itens, é enorme. Disputamos esse grão orgânico com o mercado internacional, pois é escasso no mundo todo. É valorizado 40% a 60% maior do que a *commodity* convencional e compra antecipada. No caso do açúcar, o Brasil é referência e tem grande peso no mercado internacional.

A possibilidade dessas matérias-primas gera um novo paradigma na indústria de alimentos brasileira.

Como a indústria de ingredientes alimentícios pode trabalhar esse tipo de matéria-prima?

Desenvolvendo matérias-primas para compor a cadeia da produção orgânica. Novos aditivos e conservantes que se enquadrem na normativa orgânica. A exemplo, em decorrência da revisão da União Europeia com relação às margens de tolerância a residuais de antibióticos na cadeia da produção animal, hoje uma gama de novos produtos chegaram à cadeia da nutrição animal. São produtos extraídos de vegetais e algas que substituem moléculas sintéticas.

O setor orgânico provoca um desafio à inovação no setor de matérias-primas.

“O consumo de produtos orgânicos está se tornando um estilo de vida”.