Data: 2017/09/05 DISTRIBUICAO HOJE - PRINCIPAL
Título: «Hoje. a indústria está mais atenta a um consumidor mais esclarecido» - Entrevista a Helena Real
Tema: Distribuição
Periodicidade: Mensal Âmbito: Especializada
Temática: Transportes/Logística/Distribuição Imagem: 1/2
Pág.: 30
GRP:
Inv.: 4243.30 €
Tiragem:
Área: 95982 mm2

TEXTO: PATRÍCIA FLORES

«HOJE, A INDÚSTRIA ESTÁ MAIS ATENTA A UM CONSUMIDOR MAIS ESCLARECIDO»

São 35 anos ao serviço não só dos profissionais de nutrição como da sociedade em geral. Este ano, o grande tema em debate é a sustentabilidade alimentar. A secretária-geral da Associação Portuguesa de Nutricionistas, Helena Real, garante-nos que «a indústria é um parceiro».

Que atividade desenvolve a Associação junto das empresas?

A Associação Portuguesa dos Nutricionistas faz este ano 35 anos de existência e começou por ser uma associação profissional que trabalhava em prol dos nutricionistas, seus associados. Este ano, temos em curso uma mudança estatutária que nos coloca como uma Associação mais de cariz científico. Quando a profissão nasceu, nos anos 70, havia uma necessidade muito grande de trabalhar a formação e também as questões ligadas à regulação da profissão. Quando a Ordem dos Nutricionistas foi criada deixámos de ter essa necessidade, até porque, enquanto Associação, não tínhamos poder legislativo para o fazer.
De há uns anos para cá, trabalhávamos as questões mais técnicas, mais científicas, ligadas ao que é o exercício da profissão. Este ano, mudamos os nossos estatutos e vamos passar a chamar-nos Associação Portuguesa de Nutrição, precisamente para mostrar aquilo que é a nossa mais mais-valia. É aí que nos posicionamos, muito junto das empresas, da comunidade e do profissional. Podemos trabalhar em parceria com as empresas, auxiliar na componente mais técnica, obviamente dentro da área da nutrição e alimentação. Vemos a indústria como um parceiro. Nunca anulando quando há um nutricionista a trabalhar numa empresa. É mais uma visão externa que possa ser uma mais-valia para a empresa.

Essa alteração é, também, um sinal dos tempos?

Sim. É muito importante pensarmos que a área das ciências, nomeadamente da nutrição, evolui com uma rapidez imensa. O tema da alimentação e da nutrição são temas muito complexos, porque, na realidade, mexem com a pessoa e com a forma como se comporta, como e onde vive, ou seja, depende de tantos fatores que, de facto, as coisas podem ser muito variáveis de pessoa para pessoa. Assim sendo, é preciso saber muito e este acesso ao conhecimento é fundamental. À medida que a sociedade evolui influencia o contexto da alimentação.

Como vê a indústria agroalimentar?

As indústrias são, talvez, quem melhor conhece o consumidor. Também por isso, hoje a indústria está mais atenta a um consumidor mais esclarecido, que tem mais vontade de ter acesso a um produto de melhor qualidade, não só a componente da segurança alimentar, mas também a componente nutricional do produto. Está à espera de ver um produto que lhe traga mais-valia para a sua saúde e a indústria está muita atenta a isso. Tem de ter um cuidado grande naquilo que faz, para se traduzir isso num produto melhor. É evidente que aí é importante haver o auxílio de profissionais dentro das indústrias, para que os produtos sejam melhores. Hoje, já temos consumidores que já sabem interpretar o rótulo, embora ainda haja um caminho muito grande a percorrer. Mas há questões que têm de continuar a ser trabalhadas. Por exemplo, a questão do impacto que a própria produção e o consumo de alimentos têm no ambiente.

Lançaram, recentemente, um *e-book* sobre sustentabilidade alimentar. Há mais iniciativas?

Há mais. Faz parte de um grande programa que temos em curso, este ano, sobre sustentabilidade alimentar. É importante termos

Copyright 2009 - 2017 MediaMonitor Lda.

Data: 2017/09/05 DISTRIBUICAO HOJE - PRINCIPAL
Título: «Hoje. a indústria está mais atenta a um consumidor mais esclarecido» - Entrevista a Helena Real
Tema: Distribuição
Periodicidade: Mensal Âmbito: Especializada
Temática: Transportes/Logística/Distribuição Imagem: 2/2
Pág.: 31
GRP:
Inv.: 4243.30 €
Tiragem:
Área: 95982 mm2

noção de que a forma como comemos e o que é produzido tem um forte impacto no ambiente. Na verdade, temos de garantir que quem vem depois tenha acesso a um planeta. Há muitas indústrias que já têm isto em conta, que já mudaram procedimentos, escolhas de materiais, de ingredientes, que realmente fazem a diferença. É importante, agora, começarmos a capacitar o consumidor para ter a possibilidade de fazer escolhas mais sustentáveis. Por exemplo, o consumidor escolher produtos que sejam maioritariamente nacionais, ou seja, viajam menos quilómetros até ao nosso prato. Logo, há um impacto menor em termos ambientais. O consumidor deverá procurar consumir alimentos que sejam sazonais e frescos. Deverá limitar o consumo de produtos embalados que consome ou optar por embalagens familiares. São medidas muito simples, mas que acabam por ter um impacto muito menor. Não podemos esquecer que sustentabilidade alimentar também está ligada àquilo que é nutricionalmente mais aceite, mais adequado para cada pessoa. É evidente que a indústria também deverá fazer um esforço para ter produtos com menos sal, menos açúcar, menos gordura, porque, na realidade, isso também auxilia na questão do impacto ambiental, mas também de saúde.

Como pretendem, agora, chegar aos consumidores?

Defendemos que é importante capacitar as crianças. Veja-se o exemplo da reciclagem. O impacto da alimentação no ambiente é uma temática complexa. É preciso passar aos poucos às crianças. Podíamos falar, por exemplo, do desperdício alimentar. Isto pode começar nas próprias escolas. Até porque sabemos que, hoje em dia, é em casa que existe a maior fatia do desperdício alimentar. Uma das coisas que estamos a trabalhar neste programa da sustentabilidade alimentar é, efetivamente, tentar passar esta mensagem a outros públicos. Pensar também nos jovens do ensino secundário, já que muitas vezes as temáticas que se trabalham podem abarcar este conceito do ambiente. É um público recetivo. Este programa pretende, sobretudo, abrir consciências, fazer com que as pessoas se sintam desconfortáveis com o tema. Porque quando ficamos desconfortáveis com alguma coisa, tendemos a refletir sobre ela.

> «Muitas vezes, consumimos produtos biológicos que viajaram centenas de quilómetros e torna-os amigos do ambiente? Não.»

Que papel têm, hoje, os produtos biológicos no mercado? Recentemente, saiu uma reportagem que lançou a discussão se seriam tão biológicos quanto parecem.

Quando pensamos em produtos biológicos, pensamos, necessariamente, em produtos que serão mais sustentáveis porque o modelo de produção é, aparentemente, mais amigo do ambiente. Portanto, serão, à partida, alimentos mais interessantes para se consumir neste contexto. Muitas vezes, consumimos produtos biológicos que viajaram centenas de quilómetros e torna-os amigos do ambiente? Não. Hoje em dia, é possível saber de onde os produtos vieram e é importante as pessoas pensarem, quando vão ao supermercado, de onde o produto veio. Isso faz toda a diferença. É importante que, sempre que possível, haja uma escolha por produtos biológicos. O próprio governo colocou em marcha um programa de promoção da agricultura biológica. Quando pensamos em agricultura biológica, em Portugal não é tão grande quanto isso. Se todos os portugueses resolvessem consumir produtos biológicos, a partir de amanhã, não havia produtos para todos.

Quanto à reportagem, os valores encontrados foram alarmantes. Também era importante alargar-se o estudo a todos os produtos não biológicos, para se perceber se, nestes, também existiam valores semelhantes ou superiores. Lança aqui um grau de desconfiança grande.

O preço é determinante para o consumidor?

O preço é sempre determinante. O peso que os alimentos têm no nosso orçamento familiar ainda é muito elevado, o que nos obriga a olhar para o preço. Mas, muitas vezes, as pessoas também olham para o preço de uma forma demasiado relativa e não na sua globalidade. Não pensamos duas vezes quando tomamos dois ou três cafés por dia e se calhar em poupar dez cêntimos num pacote de leite. Era importante pensarmos no nosso orçamento familiar, no que respeita à alimentação, de uma forma mais global e ver no que, realmente, faz sentido poupar e no que faz sentido investir. A lei do mercado também diz que quando há mais procura o preço baixa. Mas a mensagem de que os produtos biológicos são mais caros nem sempre é verdade. Por isso, é importante as pessoas procurarem o comércio tradicional e local, que muitas vezes acabam por encontrar produtos a um preço mais justo.

Que ações concretas estão previstas a médio e longo prazo?

Uma das nossas grandes apostas será sempre trabalhar, por um lado, a formação e, por outro, a sensibilização da comunidade. Temos um ciclo de conferências sobre sustentabilidade alimentar em curso, sendo que a primeira conferência fizemos em junho no seio da Alimentaria e que a partir de setembro vamos fazer uma por mês, dedicadas a temáticas específicas dentro deste grupo da sustentabilidade alimentar. Este ano, dedicamos o nosso congresso anual ao tema da sustentabilidade alimentar. No próximo ano faremos em maio e é um congresso interessante, não só para nutricionistas mas também outros profissionais da indústria, da grande distribuição ou de outros setores. No próximo ano, vamos debater a importância da nutrição na sociedade de informação. Fazemos também publicações técnico-científicas, onde posso destacar a nossa revista científica, mas também um conjunto de materiais que servem não só para serem utilizados pelos profissionais, mas também pelo público em geral. Na nossa área, há muita tendência para haver informação que pode funcionar como desinformação.

Copyright 2009 - 2017 MediaMonitor Lda.