



Indústria de FFLV se consolida e quer aumentar consumo mundial de alimentos frescos

A indústria de Flores, Frutas, Legumes e Verduras conseguiu mundialmente manter o abastecimento no auge da pandemia, montando estratégias de produção, distribuição e vendas no varejo que superaram todas as expectativas. O desafio é atender o consumidor, focado na alimentação saudável com produtos frescos. Para analisar o cenário desse ano atípico e discutir o futuro, a indústria do FFLV se reuniu virtualmente, de 13 a 15 de outubro, no Fresh Summit – o evento mundial da PMA, entidade que representa 2.900 empresas associadas, 54.000 compradores e fornecedores, em 55 países de cinco continentes.

Os números do setor foram apresentados pela CEO da PMA, Cathy Burns, que enfatizou as mudanças impostas ao setor nos últimos sete meses e reconheceu o esforço do produtor, distribuidor e varejista para suprir o mercado com alimentos seguros.

“Os números da nossa indústria são grandiosos e vão crescer. Em cinco anos vamos dobrar o faturamento da indústria de FFLV de US\$ 8 bi para US\$ 16 bi. Em 20 anos, chegaremos em US\$ 64 bi. Antes da pandemia as palavras entre nossos associados eram: expansão, novas variedades, marketing digital e inovação; e nossa perspectiva era crescer de 7% a 8%. Durante a pandemia nossos focos mudaram para: apoiar produtores e clientes, repensar e planejar ações diariamente. Hoje, temos a certeza de que vamos fazer a diferença. Temos propósito, uma palavra tão poderosa, que nos dá um senso de pertencimento e segurança. Antes da pandemia, a ONU tinha instituído 2021 como o Ano Internacional das Frutas e Legumes e esse será um momento para consolidar nossa importância, expandir conexões e impactar o mundo com alimentos saudáveis, apresentar frutas e vegetais saborosos e flores com bom aroma. Estamos todos juntos. Não vai ter um novo normal. A transformação é o que acontece por nossa causa. Vamos criar um novo extraordinário”, disse Cathy Burns.

O Fresh Summit foi um sucesso e teve envolvimento da comunidade de FFLV e muitos negócios vão sair nos próximos meses: mais de 40 mil mensagens foram trocadas, as páginas de marketplace foram visitadas mais de 61 mil vezes, os compradores iniciaram mais de 60% das solicitações de reuniões enviadas e aconteceram mais de 800 videoconferências.

Participação do Brasil no Fresh Summit

O grupo do Brasil teve expressiva participação no Fresh Summit, com participação diária no painel “Planejar, refletir, conectar”, com três palestras muito factuais e propostas de ações.

Alex Lee, diretor da Fazenda Rio Bonito, uma das maiores produtoras e comercializadoras de FLV orgânicos, abordou como a sustentabilidade e os produtos orgânicos estão impactando a indústria de FLV. “Durante os primeiros meses da pandemia pelo Covid-19, nas redes de supermercados, os orgânicos passaram a ter percentuais importantes de participação. Eu acho que a gente pode chegar a 8% do mercado nacional, no máximo, em função da produção e da nossa característica socioeconômica. Há uma necessidade de amadurecimento do setor. Calculamos que no setor supermercadista, o orgânico gira em torno de R\$ 400 a R\$ 500 milhões por ano como um todo”.



Os problemas climáticos que impactam safras de frutas e legumes foi tema da conversa com o diretor comercial da Citrícola Lucato, Gilson Lucato Jr., que falou sobre como o calor intenso, falta de água e secas prolongadas têm afetado, principalmente as culturas de melão, banana e laranja.

“Nos últimos 25 anos, nunca tinha visto uma situação tão ruim, com quebra de 30% em relação à safra anterior e, se não tiver chuvas, temos a perspectiva de quebra de 50% a 60% na próxima safra. Apesar do investimento em irrigação, os problemas climáticos devem continuar e isso é um grande problema para a qualidade do produto, com um menor calibre da fruta e menor tempo de vida útil até chegar no consumidor. Será necessário um grande trabalho de comunicação com o varejo e com o consumidor final, que vão receber um produto de boa qualidade, mas menor em tamanho e com preço mais alto”, explicou Lucato Jr.

Pelo varejo, a reflexão foi sobre as tendências de consumo e como adaptar a produção, o marketing e as operações. Luiz Barruzi, Diretor da Rede São Paulo Supermercados, que reúne sete redes e 180 lojas, afirma que desde do início da pandemia, a comunicação com o cliente foi intensificada por redes sociais, com dicas e receitas para cozinhar em casa. O investimento em e-commerce foi priorizado e a gestão de compras passou a ser conforme a demanda por loja.

Para Luiz Baruzzi, o cenário para 2021 é confuso: “temos que levar em conta a inflação, a diminuição do poder aquisitivo dos consumidores, a escassez de matéria-prima e a previsível alta dos preços pelos impactos das oscilações climáticas na safra de várias frutas e legumes”.

O Brasil também teve participação no Retail Tour, uma visão dos varejistas globais que inspiram por propostas e ações no marketing de varejo, merchandising e operações. A rede [Oba Hortifruti](#) foi a varejista brasileira que abriu suas lojas para o Tour Virtual, juntamente com lojas dos Estados Unidos, Austrália e China.

Este ano também tivemos o jovem talento, filho de produtor, Fabricio Regis de Albuquerque, do Sítio Barreiras que participou do curso Anual de Líderes Emergentes oferecido pelo PMA USA. Fabrício é o 3º participante brasileiro presente na formação e abre caminho para que mais jovens brasileiros utilizem deste caminho de formação de alto nível e impacto.

E o encerramento do Fresh Summit foi no estilo brasileiro, com apresentação dos jovens da Banda Alana, uma fundação social que alcança crianças e jovens em comunidades vulneráveis por meio de canto, percussão e música.

Foi um evento mundial com intensa atuação do Brasil, um dos maiores produtores de frutas, legumes, verduras e flores que tem muito para crescer no mercado interno e aumentar a participação nas exportações.

O presidente do Conselho da PMA no Brasil, Giampaolo Buso, avaliou o evento como inovador e desafiador. “O desafio para a entidade é unir esforços para trabalhar a informação, do produtor ao consumidor, sobre a importância da alimentação saudável, a preocupação da produção com qualidade e segurança. O PMA Brasil trabalha para uma convergência da cadeia de abastecimento e fortalecimento do setor de flores, frutas, legumes e verduras. Temos um conselho constituído por profissionais de diferentes áreas de conhecimento, unidos e engajados. Estamos ganhando notoriedade e espaço com conteúdo técnico, de relevância e valor para o setor. Já iniciamos o planejamento 2021-2023, respeitando nosso propósito”.



O Fresh Summit de 2021, Ano Internacional das Frutas e Legumes será em New Orleans (USA), de 28 a 30 de outubro.

