

Em ação



Juntando forças para construir um sistema alimentar resiliente, sustentável, seguro e saudável!

Fevereiro 2022

Numa palavra... 2

Em foco 3

A WUWM assinou um MoU com a Aliança Global para Melhorar a Nutrição (GAIN) para promover a disponibilidade de dietas mais saudáveis para os mais necessitados.

Em destaque 4

A WUWM assinou a declaração da AIAM5 para apelar à ação dos principais intervenientes de modo a assegurar a disponibilidade e consumo de frutas e legumes em todo o mundo.

Em factos... 5

Entrevista 6

com Claudia Roden, escritora best-seller de livros de cozinha, especializada em padrões de alimentação cultural e vencedora do prémio da WUWM em 2021.

Informação 8

Saiba porque é que a aquisição pública de alimentos pode ser fundamental para a transformação do sistema alimentar e para melhorar os padrões alimentares!

A melhor prática do mês 13

Retrato de algumas das nossas ações nos mercados grossistas para promover dietas mais saudáveis e melhores hábitos alimentares!

— Entrevista 13

O Mercamadrid lança um projeto inovador para ensinar às crianças em idade escolar melhores hábitos alimentares!

— Entrevista 14

Alicante ensina aos pais dos alunos melhores padrões de alimentação para os seus filhos.

— Entrevista 16

O mercado grossista de Paris, Rungis, constrói parcerias com os principais atores do setor e lança uma escola para formar a nova geração de profissionais da alimentação fresca.

— Entrevista 17

O mercado grossista do Uruguai cria um «cabaz de preços inteligente» entre consumidores e retalhistas para facilitar o acesso a alimentos saudáveis sazonais locais.

Inovação 19

A FAO desenvolveu um novo indicador ousado e uma metodologia de mapeamento para analisar o impacto dos mercados de alimentos frescos na melhoria dos hábitos alimentares mais saudáveis.

Em Eventos 22

A WUWM participou no evento da Cimeira Nutrition for Growth 2021 em Tóquio: "Redução das perdas e desperdícios alimentares em frutas e legumes para melhorar o acesso a dietas saudáveis", organizado pela FAO.

No mundo da WUWM 23





Numa palavra...

Caros leitores,

Quero começar por vos desejar a todos um Feliz Ano Novo, saudável e sustentável! Ao entrarmos em breve no nosso terceiro ano da pandemia da COVID-19, é por vezes fácil esquecer que estamos também perante muitas outras preocupações com a saúde, algumas das quais não requerem máscaras ou vacinas.

Quase uma em cada três pessoas no mundo (2,37 mil milhões) não teve acesso a alimentos adequados em 2020. A desnutrição inclui a subnutrição (desperdício, atrofia, baixo peso), vitaminas ou minerais inadequados, mas também excesso de peso, obesidade, que podem resultar em doenças não transmissíveis relacionadas com a alimentação. Em 2021, 1,9 mil milhões de adultos encontravam-se acima do peso recomendado ou obesos, enquanto 462 milhões estavam abaixo do peso. Para além da fome, quase uma em cada três pessoas não teve acesso a alimentos adequados no ano que passou.

2

Para garantir uma alimentação saudável é necessário, por um lado, mudar os hábitos alimentares, de modo a abraçar dietas mais diversificadas, nutritivas e sustentáveis em alguns países. A investigação mostra que nos encontramos numa encruzilhada, e que os próximos anos serão críticos na mudança dos hábitos alimentares pouco saudáveis, que têm conduzido a uma grande percentagem de doenças nos países desenvolvidos. Por outro lado, é necessário assegurar a acessibilidade e disponibilidade de preços noutros países, particularmente nos países com o rendimento médio baixo. Neste sentido, os mercados grossistas têm sido muito eficazes para promover a acessibilidade a alimentos saudáveis, uma vez que quase 50% de todas as frutas e legumes frescos são, atualmente, distribuídos, a nível mundial, através dos mercados grossistas. Atualmente, a nossa missão na WUWM é fomentar colaborações para tornar os ambientes alimentares mais sustentáveis e mais saudáveis, atuando em conjunto com todos os atores relevantes para alcançar os ODS's, assegurando a redução de todas as formas de desnutrição, e ajudar os cidadãos do mundo a terem uma alimentação mais saudável.

Acreditamos que para ter sucesso na transição dos nossos sistemas alimentares para a sustentabilidade e para combater a desnutrição



temos de agir de uma forma diferente: precisamos de trabalhar lado a lado e agir com aqueles que têm a capacidade de influenciar significativamente este objetivo.

A disponibilidade e acessibilidade são certamente dois fatores importantes, em termos de distância, preço, qualidade e frescura, mas muitos outros, como a educação, exigem que os mercados grossistas desenvolvam parcerias com diferentes organizações, tais como governos locais e nacionais, empresas e ONG's.

É por isso que, após a Cimeira "Nutrition for Growth 2021", decidimos concentrar a edição deste mês do nosso boletim informativo, nas formas concretas de melhorar e transformar os padrões alimentares, incentivando dietas saudáveis em todo o mundo e promovendo a transição dos nossos sistemas alimentares.

Assim, temos o prazer de introduzir nesta edição, o novo Memorando de Entendimento com a Aliança Global para Melhorar a Nutrição (GAIN), entrevistas com peritos, assim como artigos que destacam inovações que podem ter um papel fundamental para melhorar a nutrição e algumas das nossas iniciativas nos mercados grossistas.

Esperamos que estejam tão entusiasmados com as possibilidades que se avizinham em 2022 como nós, e empenhados em todo o trabalho que ainda pode ser feito. Aguardamos com expectativa o envolvimento de todos os nossos parceiros e membros no próximo ano.

Obrigado a todos pelo vosso apoio, entusiasmo, e participação como sempre.

Os meus sinceros agradecimentos,

Stephane Layani,
Presidente da WUWM

Em foco:

A WUWM assinou um MOU com a Aliança Global para Melhorar a Nutrição (GAIN) para promover a disponibilidade de dietas mais saudáveis para os mais necessitados.

A WUWM tem o prazer de anunciar que a nossa organização e a Aliança Global para Melhorar a Nutrição (GAIN) assinaram um Memorando de Entendimento (MoU), com efeito a partir de 12 de janeiro de 2022.

O Memorando de Entendimento visa reforçar a colaboração entre ambas as organizações, a fim de defender uma maior disponibilidade de dietas mais saudáveis nos locais mais carenciados em todo o mundo.

Os mercados de alimentos frescos estão no centro da transição dos sistemas alimentares. Vários estudos (FAO, UN-HABITAT, EAT) revelam que têm um impacto importante e positivo na disponibilidade de frutas e legumes, a preços mais acessíveis, para as comunidades vulneráveis.

A missão da GAIN é combater o sofrimento humano causado pela fome e pela desnutrição. A GAIN atinge o seu objetivo global ao melhorar o consumo de alimentos nutritivos e seguros, especialmente por parte dos mais vulneráveis. O trabalho da GAIN visa todos os consumidores de alimentos, predominantemente em países de baixo e médio rendimento, incluindo: Bangladesh, Etiópia, Índia, Indonésia, Quênia, Moçambique, Nigéria, Paquistão, e Tanzânia.

A GAIN procura ter um impacto efetivo e qualitativo na vida quotidiana dos mais vulneráveis, no que à fome e desnutrição diz respeito, e co-facilitar uma transformação mais rápida no sentido de uma maior resiliência, sustentabilidade e inclusividade nos sistemas alimentares, que promovam o acesso a dietas seguras e saudáveis para todos. A GAIN trabalha com governos a nível nacional, regional e municipal.

A GAIN procura moldar e orientar a comunidade internacional para financiar e melhorar os sistemas alimentares em toda a parte. Para tal, trabalham através e com governos, a nível nacional, regional e municipal, e com as suas agências envolvidas no sistema alimentar, bem como com empregadores e compradores em cadeias de abastecimento globais, multinacionais, organizações internacionais e influenciadores. A GAIN contribui atualmente para que 31 milhões de pessoas consumam alimentos nutritivos adicionais suficientes. E em 2022, esperam atingir os 163 milhões.

Com este MOU, a GAIN e a WUWM unem forças para defender, a nível global e regional, políticas públicas e de desenvolvimento de infraestruturas modernas de alimentos frescos em benefício das comunidades vulneráveis, como as que têm baixos rendimentos.

“GAIN e WUWM unem forças para defender em conjunto, a nível global e regional, o desenvolvimento de políticas públicas e infraestruturas que impulsionarão a transformação alimentar em benefício das comunidades vulneráveis.”

Juntos, a WUWM e a GAIN desenvolverão mais projetos territoriais concretos que promovem e facilitam a assistência técnica, a transferência de conhecimentos e o desenvolvimento de capacidades, para países e cidades, nas áreas de desenvolvimento e modernização dos mercados de alimentos frescos, com o objetivo de tornar as cadeias de abastecimento de alimentos frescos melhores, mais sustentáveis e resilientes e ambientes alimentares mais saudáveis.

A WUWM irá mobilizar os seus membros e recursos para facilitar a prestação de assistência técnica aos mercados de alimentos frescos em todo o mundo com o objetivo de apoiar a resiliência dos sistemas alimentares. Acreditamos que a melhoria da conceção e construção de infraestruturas de mercado em países de baixo rendimento, gestão de operações, governação interna e do setor público, inovação e maior capacitação empresarial dos vendedores, bem como transferência de conhecimentos e competências, ajudará a alcançar o ODS2 e facilitará o acesso a alimentos acessíveis, seguros e nutritivos.

Estamos certos de que a parceria entre a WUWM e a GAIN produzirá resultados positivos concretos para as comunidades vulneráveis e estamos ansiosos por iniciar esta colaboração para melhorar os ambientes alimentares em todo o mundo!





Em destaque:

A WUWM assina a declaração da AIAM5 para apelar à ação dos principais intervenientes de modo a assegurar a disponibilidade e consumo de frutas e legumes em todo o mundo.

4

A Aliança Global para a Promoção do Consumo de Frutas e Legumes 5 ao dia (AIAM5) divulgou uma Declaração durante a sua 10ª Assembleia Geral para enfatizar as ações importantes que devem ser tomadas para aumentar o consumo de frutas e legumes. A WUWM assinou, juntamente com outras 27 organizações principais do setor, a Declaração.

A Declaração reconhece a necessidade de combinar esforços e criar uma visão coesa com o Ano Internacional das Frutas e Legumes (IYFV), centrando-se na importância das frutas e legumes na promoção de dietas mais saudáveis, perseguindo um mundo sem fome, e enfrentando a crise climática global. Inabalável pela pandemia da COVID-19, a AIAM5 insiste na necessidade premente de uma ação maior e imediata. A Declaração formal consiste em cinco pontos:

1. Devem ser tomadas medidas por quem tem capacidade para influenciar significativamente o desenvolvimento sustentável dos sistemas alimentares disponíveis, acessíveis, e a preços económicos - e isso deve ser feito agora. Há papéis a desempenhar pelo setor das frutas e legumes, académico, governo e sociedade civil no processo de criação de sistemas alimentares mais saudáveis.

2. O momento é necessário; os esforços realizados em 2021 devem ser acrescentados e não desperdiçados. Especialmente à luz do terreno criado pelo IYFV e das atividades que têm tido lugar.

3. Exortamos os governos a adotarem o Dia Mundial das Frutas e Legumes, tal como delineado pela Aliança. Isto iria incentivar os compromissos de vários governos para reduzir o desperdício alimentar e promover o consumo de frutas e legumes.

4. Precisamos de diretrizes alimentares que contêm uma mensagem clara sobre frutas e legumes, enfatizando as diferentes variedades, gestão e armazenamento adequados, e consumo sustentável dos produtos. Tais diretrizes podem também oferecer uma oportunidade para promover o património cultural e gastronómico de frutas e legumes, particularmente de variedades indígenas.

5. Os governos têm um papel essencial na proteção do setor das frutas e legumes contra os riscos envolvidos na produção através de políticas públicas. Apelamos a uma abordagem mais pró-ativa através do fornecimento de um código de conduta geral. Tal deve ser realizado em combinação com a promoção de sistemas alimentares saudáveis e sustentáveis que conduzam a um consumo adequado.

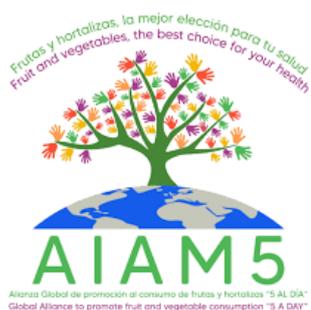
“Devem ser tomadas medidas por quem tem capacidade para influenciar significativamente o desenvolvimento sustentável dos sistemas alimentares disponíveis, acessíveis, e a preços económicos.”

Em factos:

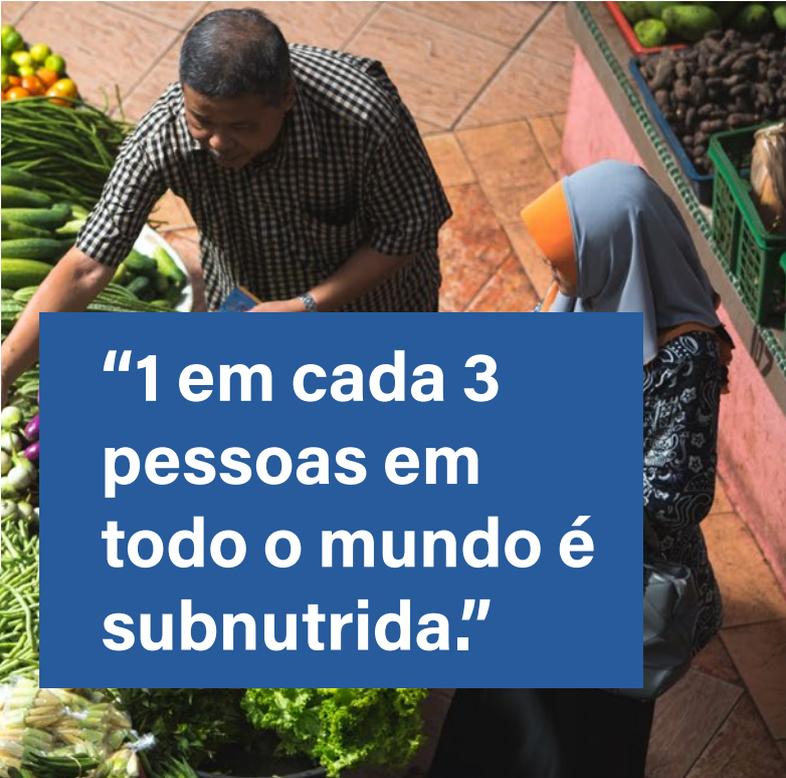
A Declaração baseia-se nos destaques do relatório do Workshop Internacional sobre Frutas e Legumes 2020 da FAO/OMS, elaborado em preparação para o IYFV 2021. Lançando uma base para o apelo à ação da AIAM5, o relatório detalha os desafios únicos enfrentados pelo setor das frutas e legumes frescos, tais como a perecibilidade, a suscetibilidade, o desperdício, e a quantidade desproporcional de mão-de-obra necessária em comparação com outros setores alimentares. Recordando-nos que a formação e o incentivo não são suficientes para aumentar o consumo de fruta e legumes frescos, a Declaração descreve a necessidade de estratégias definitivas. Estas incluem a promoção precoce do consumo de fruta e legumes por crianças pequenas e o estabelecimento de regulamentos específicos para realocar os alimentos que estão atualmente a ser desperdiçados para aqueles que deles necessitam.

O Comité Científico da AIAM5 realizou uma consulta exploratória com 24 países participantes, tendo encontrado apenas 2 países em conformidade com a recomendação da OMS de 5 porções de frutas e legumes por dia. As conclusões apontam também para a falta de políticas públicas para reduzir o desperdício e promover o consumo, alargando os elementos da Declaração.

A WUWM alinha-se com os valores centrais e a proposta da Declaração AIAM5 que destaca muito do trabalho que está a ser feito pelos nossos mercados grossistas: incentivar o consumo de fruta fresca através da disponibilidade e preços acessíveis, reduzir o desperdício alimentar, e redistribuir os alimentos aos mais necessitados. Através dos esforços dos nossos membros e aliados no terreno, a WUWM está empenhada em apoiar a Declaração reafectando e contribuindo para dietas mais acessíveis e mais saudáveis em todo o mundo.



- 1 em cada 3 pessoas em todo o mundo é subnutrida
- A desnutrição inclui a subnutrição (desperdício, atraso de crescimento, baixo peso), vitaminas ou minerais inadequados, excesso de peso, obesidade, e as doenças não transmissíveis relacionadas com a dieta adotada
- 1,9 mil milhões de adultos estão acima do peso ou obesos, enquanto 462 milhões estão abaixo do peso.
- Em 2020, entre 720 e 811 milhões de pessoas enfrentaram fome: o número de pessoas no mundo afetadas pela fome aumentou em 2020 sob a sombra da pandemia da COVID-19 e espera-se que tenha aumentado em 2021.
- Comer pelo menos 400g, ou cinco porções de fruta e legumes por dia reduz o risco de doenças não transmissíveis e ajuda a assegurar uma ingestão diária adequada de fibra dietética
- As dietas saudáveis estão fora do alcance de 3 mil milhões de pessoas.
- Dietas pouco saudáveis e falta de exercício físico são 2 dos principais riscos para a saúde em todo o mundo. São responsáveis por muitas doenças tais como diabetes, doenças cardíacas, acidentes vasculares cerebrais e cancro.



“1 em cada 3 pessoas em todo o mundo é subnutrida.”



Entrevista com Claudia Roden

escritora best-seller de livros
de cozinha especializada
em padrões de alimentação
cultural e vencedora do
prémio da WUWM 2021.

6

Tivemos o prazer de entrevistar Claudia Roden, vencedora do prémio «Studies and Research in Food» da WUWM. Este prémio visa reconhecer o trabalho de figuras de destaque do setor cujo papel é fundamental para divulgar melhores hábitos alimentares e património culinário. Claudia Roden é autora de muitos livros premiados e foi creditada como uma figura importante para trazer as técnicas culinárias do Médio Oriente para a corrente dominante.

Recebeu recentemente o prémio «Studies and Research in Food» da WUWM pelo seu último livro «Med: Um livro de Cozinha». Poderia explicar um pouco mais sobre o que o livro retrata? Qual é a mensagem que pretende transmitir às pessoas, tanto como chefe de cozinha como como autora de livros de cozinha?

O Mediterrâneo tem sido o foco do meu trabalho desde que, há trinta e cinco anos, os meus três filhos saíram de casa e eu decidi partir também e viajar pelo mar para pesquisar sobre comida. Fui sozinha, à aventura, e a aventura nunca mais acabou.

Quando tinha oitenta anos percebi que o que mais me fazia feliz era cozinhar e ter amigos e família à volta da minha mesa de cozinha. Comecei a ter pequenos jantares regulares para experimentar receitas para um livro. Experimentei centenas - tudo inspirado por memórias de pessoas e lugares e momentos mágicos. O objetivo era encontrar os pratos que nos davam mais prazer.

A minha mensagem é que o encanto de uma refeição caseira é a sua simplicidade casual. A minha esperança é inspirar os leitores a adotar as tradições mediterrânicas de hospitalidade, sociabilidade e convívio e a fazer refeições tanto sobre os prazeres do espírito como sobre os sentidos.

O que significa para si receber o Prémio Gourmands da WUWM por este livro?

Estou entusiasmada por recebê-lo. É uma enorme honra.

A dieta mediterrânica é frequentemente retratada como uma das mais saudáveis do mundo. Como é que as pessoas mediterrânicas desenvolveram a sua dieta ao longo da história?

A sua dieta, rica em frutas e legumes, cereais, leguminosas e nozes, com muito peixe e pouca carne e óleo como principal meio de cozedura, tem sido vista desde há muito como uma das mais saudáveis. Os seus pratos são sensuais, cheios de sabores e aromas ricos. Cada país tem a sua própria cozinha, cada cidade portuária, cidade e por vezes aldeia tem as suas próprias especialidades, mas também têm muito em comum. Encontram-se pratos semelhantes de uma ponta do mar à outra porque os países têm o mesmo clima, podem cultivar as mesmas coisas e também partilhar uma história. O escritor catalão Josep Pla escreveu que a cozinha é a paisagem numa caçarola. O que se vê crescer nos campos e nos pomares, os animais que pastam ou correm selvagens, as aves e os peixes trazidos do mar acabam no mercado e nas caçarolas. Mas os fantasmas do passado também pairam ali dentro e nos pratos. Eles contam o que aconteceu uma vez num lugar. Quem estava lá e como era a vida.

Os países faziam parte dos mesmos impérios que varreram a região, tinham os mesmos ocupantes e colonos. Os romanos plantaram trigo, uvas e oliveiras e espalharam a tríade clássica mediterrânica do vinho de pão e do azeite de oliveira. Os árabes introduziram novas culturas como o arroz, beringelas, alcachofras, técnicas de irrigação de espinafres e estilos de culinária. Os otomanos espalharam os alimentos do seu vasto império. A descoberta do Novo Mundo trouxe novos alimentos, incluindo tomates, pimentos, abóboras de batata, primeiro para Espanha. Os países negociavam uns com os outros e havia um tráfego marítimo constante entre as cidades portuárias. E havia movimentos de populações.

São mundialmente reconhecidos pela sua perspetiva antropológica sobre alimentos e hábitos alimentares. O que é que a comida nos pode dizer sobre a sociedade? E mais especificamente, o que nos diz a cozinha sobre a nossa história?

Há pratos camponeses e sopas de pescadores e grandes pratos que foram desenvolvidos nas cozinhas das cortes. O que comemos, os nossos alimentos de conforto, revelam-nos quem somos - a nossa nacionalidade de origem, etnia e religião, a nossa classe e lugar na sociedade, a nossa ideologia e aspirações, bem como o nosso apego à moda, local ou global.

Hoje falamos muito sobre segurança alimentar nas próximas décadas. Como podemos promover a transição dos sistemas alimentares através de melhores hábitos alimentares?

É diferente se estamos a falar do mundo ocidental e desenvolvido ou de países em desenvolvimento e pobres. Os mercados têm um papel a desempenhar na disponibilização generalizada de produtos frescos de boa qualidade, na promoção de uma grande diversidade de frutas e legumes frescos e na redução do desperdício alimentar. Poderiam associar-se a agricultores, horticultores, pescadores e talhantes em campanhas educativas. Os escritores e chefes de cozinha têm um papel a desempenhar no sentido de tornar a cozinha com ingredientes frescos apelativa e desejável, e de exaltar a importância dos ingredientes frescos de qualidade e dos produtos artesanais.

“Os mercados têm um papel a desempenhar na disponibilização generalizada de produtos frescos de boa qualidade, na promoção de uma grande diversidade de frutas e vegetais frescos e na redução do desperdício alimentar.”

Que papel têm desempenhado os mercados de alimentos frescos na sua vida como cozinheira e viajante? Considera os mercados como um fator importante numa cidade moderna ou numa zona urbana?

Os mercados são o meu paraíso. No Levante e no Norte de África adoro andar pelos souks e bazares vibrantes e coloridos. Em França, os mercados semanais dos agricultores são uma parte importante da cultura e do modo de vida das cidades e aldeias. É onde a população se encontra e se socializa e onde, visualmente, a paisagem se entrega à mesa. Para mim, são mágicos!

Quando eu era jovem (tinha estado na escola de arte) costumava esboçar nos velhos mercados grossistas - no les Halles em Paris e no Covent Garden em Londres. Quando recebi o meu Prémio Goumand da WUWM em Paris e fui visitar o mercado grossista internacional de Rungis, fiquei encantada!

No seu último livro concentra-se particularmente nas receitas que contêm muitos vegetais. Isto foi intencional? Quais acha que são as melhores ações que as pessoas podem fazer para comer e cozinhar de forma mais saudável? Como podem os alimentos frescos e saudáveis tornar-se mais acessíveis para um maior número de pessoas?

Quando estava a experimentar receitas para o livro, tinha pessoas de todas as idades para comer comigo - algumas eram tão velhas como eu, outras tinham a idade dos meus filhos e dos meus netos (na adolescência, vinte e trinta e poucos anos). Muitos estavam a comer menos carne ou tinham deixado de comer. Alguns eram vegetarianos, um amigo da minha neta era vegan. Eu fazia refeições sem laticínios e sem glúten para alguns. Todos queriam vegetais. Foi por isso que percorri as minhas memórias alimentares do Mediterrâneo em busca dos melhores pratos de vegetais. Pressionar os supermercados para que armazenassem bons ingredientes saudáveis e eliminassem o mais possível a comida de plástico é uma forma de conseguir que as pessoas que podem pagar menos mudassem a sua dieta alimentar.



Informação:

Saiba porque é que a aquisição pública de alimentos pode transformar o sistema alimentar e melhorar os padrões alimentares!

A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO) acaba de publicar o livro: «Compras públicas de alimentos (PFT) para sistemas alimentares sustentáveis e dietas saudáveis». A WUWM teve a honra de entrevistar dois dos seus autores, Florence Tartanac, Oficial Superior da FAO e líder de grupo do «Market Linkages and Value Chain Group», e Luana F.J. Swensson, especialista da FAO em Políticas e Legislação para compras públicas sustentáveis. Na entrevista, discutiram as perspetivas da publicação, o potencial, os desafios, e o papel da PFT como fundamental para a transformação do sistema alimentar

8 A FAO tinha publicado recentemente um estudo intitulado « Contratos públicos de alimentação para sistemas alimentares sustentáveis e dietas saudáveis». Poderia por favor dizer-nos um pouco mais sobre esta publicação?

As iniciativas de compras públicas de alimentos (PFP) têm vindo a receber uma atenção crescente nas últimas décadas como um importante instrumento político com potencial para proporcionar múltiplos benefícios a múltiplos beneficiários, incluindo consumidores de alimentos, produtores de alimentos e comunidades locais. Estas iniciativas incluem programas de alimentação escolar, bem como a compra de alimentos para universidades públicas, hospitais, prisões e programas sociais. No entanto, faltava ainda uma publicação abrangente que analisasse as ligações entre a PFP e a agenda mais vasta do desenvolvimento sustentável...

Este livro é o resultado da colaboração entre a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO), a Aliança da Biodiversidade Internacional e o Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). A fim de proporcionar uma verdadeira abordagem multidisciplinar, mais de 100 autores, incluindo académicos, pessoal e profissionais das Nações Unidas, com diferentes áreas de especialização e antecedentes, contribuíram para o desenvolvimento do seu 36º capítulo. Em última análise, este livro pretende ser um instrumento útil para decisores políticos e profissionais no apoio à conceção e implementação de políticas e iniciativas de PFP. Pretende também ser um instrumento útil para os investigadores e fornecer e/ou fomentar o desenvolvimento de melhores provas sobre o tema e, em última análise, contribuir para uma melhor compreensão, divulgação e utilização da PFP como instrumento de desenvolvimento.

Pode partilhar connosco as principais conclusões do estudo?

Considerando a extensão desta publicação, muitas foram as suas conclusões. Algumas que podemos destacar aqui incluem:

— A PFP deve ser reconhecida como uma parte importante do debate sobre Contratos Públicos Sustentáveis (PPS) que pode contribuir para alcançar o objetivo 12.7 [promover práticas de contratos públicos sustentáveis de acordo com as políticas e prioridades nacionais]. Embora isto nem sempre aconteça na prática, o reconhecimento das iniciativas de PFP como uma parte importante do SPP é fundamental para reforçar ambas as agendas a nível local, nacional e internacional, promover uma abordagem baseada em sistemas e apoiar o desenvolvimento de instrumentos regulamentares e políticos adequados para uma implementação eficaz. Para atingir estes objetivos, a promoção da coordenação



multissetorial, a criação de plataformas de troca de conhecimentos a múltiplos níveis e o desenvolvimento de estudos multidisciplinares são cruciais.

— Outra descoberta importante do estudo diz respeito ao papel dos diferentes atores para a implementação bem-sucedida da PFP. A análise das experiências de PFP neste livro ilustra o importante papel dos diferentes atores (incluindo tanto públicos como privados) na implementação da PFP e também destaca a importância do equilíbrio entre o papel do Estado e o dos mercados. Mostra que, onde este equilíbrio é alcançado, os benefícios da PFP para a sociedade são maiores - uma descoberta altamente relevante num período em que as narrativas pró-mercado ainda tendem a negar o papel necessário e proactivo desempenhado pelo setor público.

9

Pensa que a aquisição pública de alimentos pode ser uma ferramenta de desenvolvimento e um ponto de entrada para a transformação dos sistemas alimentares e para fomentar dietas mais saudáveis?

Sim, acreditamos firmemente que a PFP é um instrumento fundamental que pode ser utilizado como ponto de entrada para promover uma mudança transformadora dos sistemas alimentares no sentido da sustentabilidade. Pela sua própria natureza, a PFP afeta todos os diferentes componentes do sistema alimentar (ou seja, produção e cadeias de abastecimento alimentar, ambientes alimentares e consumo alimentar). Considerando a extensão da procura de alimentos por parte do setor público, as iniciativas da PFP têm o potencial de influenciar profundamente tanto os padrões de consumo como de produção alimentar e de proporcionar múltiplos benefícios sociais, económicos e ambientais ao sistema alimentar que podem contribuir para dietas mais sustentáveis e saudáveis.

A forma como estes efeitos se produzem depende de como são feitas as escolhas em matéria de contratos públicos: ou seja,

que alimentos serão comprados (tais como locais, diversos, nutritivos, saudáveis e culturalmente adequados); (ii) de quem (por exemplo, de produtores agrícolas locais e/ou familiares, pequenas e médias empresas de alimentação, mulheres, jovens e/ou outros grupos vulneráveis); e (iii) de que tipo de produção (por exemplo, de produção agrícola que assegure a sustentabilidade ambiental bem como a biodiversidade).

“Acreditamos firmemente que a PFP é um instrumento-chave que pode ser utilizado como ponto de entrada para promover uma mudança transformadora dos sistemas alimentares no sentido da sustentabilidade.”

Em particular, ao criar uma procura de certos tipos de produtos alimentares (tais como a biodiversidade, da agricultura local e de pequenos agricultores, e da produção agroecológica), os governos têm o poder de definir tendências positivas. Estes sinais têm o poder de incentivar os atores da cadeia de abastecimento, incluindo os compradores públicos, a alinhar as práticas com os valores e assim promover uma transição para uma produção e consumo alimentar sustentável. A forma como a aquisição pública de alimentos pode promover a transformação do sistema alimentar é discutida em vários capítulos do livro.

Poderia partilhar uma ou duas boas práticas/ histórias de sucesso sobre como a aquisição pública de alimentos pode influenciar positivamente tanto o consumo alimentar como os padrões de produção alimentar?

Este livro apresenta várias boas práticas e histórias de sucesso, um bom exemplo é o caso do programa de alimentação escolar do Brasil. A reformulação do Programa Nacional de Alimentação Escolar do Brasil (PNAE) em 2009 alargou o objetivo tradicional do

“Ao criar uma procura de certos tipos de produtos alimentares (tais como o biodiverso, da agricultura local e de pequenos agricultores, e da produção agroecológica), os governos têm o poder de definir tendências positivas.”

programa de responder às necessidades nutricionais dos alunos durante o seu tempo na sala de aula. O programa exige que pelo menos 30% do orçamento federal atribuído para a compra de alimentos para a alimentação escolar seja reservado para contratos com produtores locais de agricultura familiar, dando prioridade e um prémio de preço (até 30%), entre outros, a produtos orgânicos e/ou agroecológicos.

10

Ao visar, adquirir e servir alimentos saudáveis e diversificados de acordo com a cultura local, tradição e hábitos alimentares saudáveis, o programa tem um impacto direto nos padrões de consumo alimentar das crianças em idade escolar. De facto, o sucesso do PNAE em reduzir a desnutrição infantil, aumentar o acesso a alimentos saudáveis, melhorar os hábitos alimentares e reduzir o absentismo escolar, tem inspirado muitos países da América Latina e África a replicar e adaptar as suas estratégias. Uma característica importante do programa brasileiro é que tem tido sucesso no impacto não só no consumo de alimentos, mas também nos padrões de produção alimentar.

A procura de produtos diversificados e o prémio de preço para produtos orgânicos e agroecológicos certificados tem sido avaliado como tendo um papel importante na promoção da diversificação da produção entre os pequenos agricultores e na transição para práticas de produção orgânica. Conforme salientado no estudo, verificou-se que a participação dos agricultores no PNAE desempenhou um papel direto nas decisões dos agricultores no sentido de mudar o foco económico primário do seu agregado familiar de sistemas agrícolas de baixa agrobiodiversidade, com utilização intensiva de insumos (por exemplo, monoculturas de milho ou soja) para sistemas mais diversificados, com baixos insumos externos (por exemplo, horticultura). Uma vez que o PNAE surgiu como um mercado facilmente acessível e estável para uma variedade de culturas alimentares, muitos agricultores expandiram a área das suas parcelas de horticultura de pequenas hortas familiares para consumo doméstico para parcelas orientadas para o mercado. Os agricultores explicaram que esta mudança foi incentivada por compras garantidas, levando a um rendimento mensal fiável distribuído ao longo do ano letivo, e pela estabilidade e acessibilidade do mercado gerado pelo PNAE. Para os agricultores que já eram produtores hortícolas orientados para o mercado, o prémio de preço oferecido pela PNAE para produtos agroecológicos certificados apoiou uma transição para práticas de produção biológica.

Outro exemplo que podemos destacar é o caso do condado de Busia no Quénia. Foi aí implementado um projeto-piloto no âmbito do projeto Biodiversidade para a Alimentação e Nutrição (BFN) com o objetivo de aumentar tanto a oferta como a procura de legumes autóctones africanos (AIV) - um grupo de legumes com eficiência hídrica, subutilizados e com grande potencial para melhorar as dietas alimentares e os rendimentos em cenários de escassez de recursos - e testar como as escolas e unidades de saúde comunitárias poderiam oferecer mercados previsíveis e estáveis aos pequenos agricultores. Dados preliminares sugerem que a abordagem teve impactos positivos a jusante sobre a diversidade alimentar nas refeições escolares, o cultivo de espécies negligenciadas e subutilizadas, e resultados económicos e sociais para os produtores envolvidos.





De que forma poderiam os contratos públicos ajudar os agricultores locais e os pequenos agricultores e promover a conservação e a utilização sustentável da agrobiodiversidade para melhorar a nutrição e a saúde das crianças e das comunidades? Qual poderia ser o papel dos mercados grossistas de alimentos frescos neste sentido? Tem algum exemplo a partilhar de uma colaboração entre autoridades locais/mercados grossistas para promover a PFP de produtos frescos?

Considerando a extensão da procura do setor público e a forma como estas escolhas são feitas, a PFP pode atingir vários objetivos de desenvolvimento..:

11

— Dependente da escolha de «a quem» os alimentos devem ser comprados (ou seja, aos agricultores locais e pequenos agricultores), a PFP pode tornar-se um instrumento de apoio à produção agrícola local e aos pequenos agricultores e estimular o desenvolvimento económico comunitário.

— Um programa de PFP pode também visar alimentos que são produzidos de uma forma específica e, portanto, utilizar o seu poder de compra para apoiar e promover formas de produção agrícola que garantam tanto a sustentabilidade ambiental como a biodiversidade. Isto inclui, a compra de alimentos com base em métodos de produção de baixo impacto, com baixos contributos de carbono e emissões de gases com efeito de estufa, produção orgânica e práticas de biodiversidade sintonizadas.

— a PFP tem o potencial de ter impacto não só na produção, mas também nos padrões de consumo e de melhorar a nutrição e a saúde das crianças e comunidades. Iniciativas de aquisição de alimentos nas escolas devidamente concebidas podem levar a um aumento da variedade e quantidade de alimentos saudáveis servidos nas escolas e a melhorias na diversidade dietética das crianças em idade escolar.

— Quando ligado à produção agrícola local, o aumento da variedade e qualidade da procura da PFP, tem também o potencial de fomentar a produção de produtos mais diversificados, biodiversos e mais saudáveis para responder a essa procura. Um aumento da diversificação da produção pode também levar a um aumento da disponibilidade desses produtos nos mercados locais, e ao acesso de uma população mais vasta a esses produtos, contribuindo para a promoção de dietas mais saudáveis entre a comunidade.

Embora muitos dos benefícios da PFP se baseiem nas ligações entre a procura e a agricultura local e a produção agrícola de pequenos agricultores, a implementação de tal ligação nem sempre é fácil de implementar.

Por exemplo, os pequenos agricultores, sozinhos, podem nem sempre ser capazes de cumprir todos os requisitos das exigências das instituições públicas (tais como em termos de logística, quantidade, etc.). Por outro lado, as instituições públicas podem nem sempre ter a capacidade e/ou ter dificuldade em lidar com vários contratos individuais com os produtores. É fundamental o envolvimento de vários intervenientes, dos setores público e privado. Os mercados grossistas podem ser, de acordo com o contexto, um intermediário útil para apoiar estas ligações e aumentar os benefícios das iniciativas da PFP. O que é importante é que os benefícios dos mercados da PFP sejam transmitidos ao longo das cadeias de valor.

“A PFP tem o potencial de ter impacto não só na produção, mas também nos padrões de consumo e de melhorar a nutrição e a saúde das crianças e comunidades.”

Por exemplo, as compras orgânicas em Copenhaga abrangem uma vasta rede de grossistas, produtores e ONG's, e todos estes atores desempenham um papel fundamental na procura de soluções em conjunto para reestruturar a cadeia de abastecimento a fim de apoiar a implementação de compras públicas sustentáveis de alimentos com enfoque nos produtos orgânicos. O capítulo destaca como um dos fatores de sucesso da experiência de Copenhaga na compra de 88% dos ingredientes utilizados no sistema alimentar público orgânico da cidade, o extenso diálogo de mercado com produtores e grossistas antes e durante o período de concurso. A cidade está a planear futuros concursos diretamente aos grossistas como estratégia para ajudar a cumprir as metas impostas pelo novo plano de ação alimentar climático aprovado pela câmara municipal em 2019, com o objetivo de transferir o consumo para uma dieta baseada em plantas e reduzir drasticamente as emissões do consumo público de alimentos.

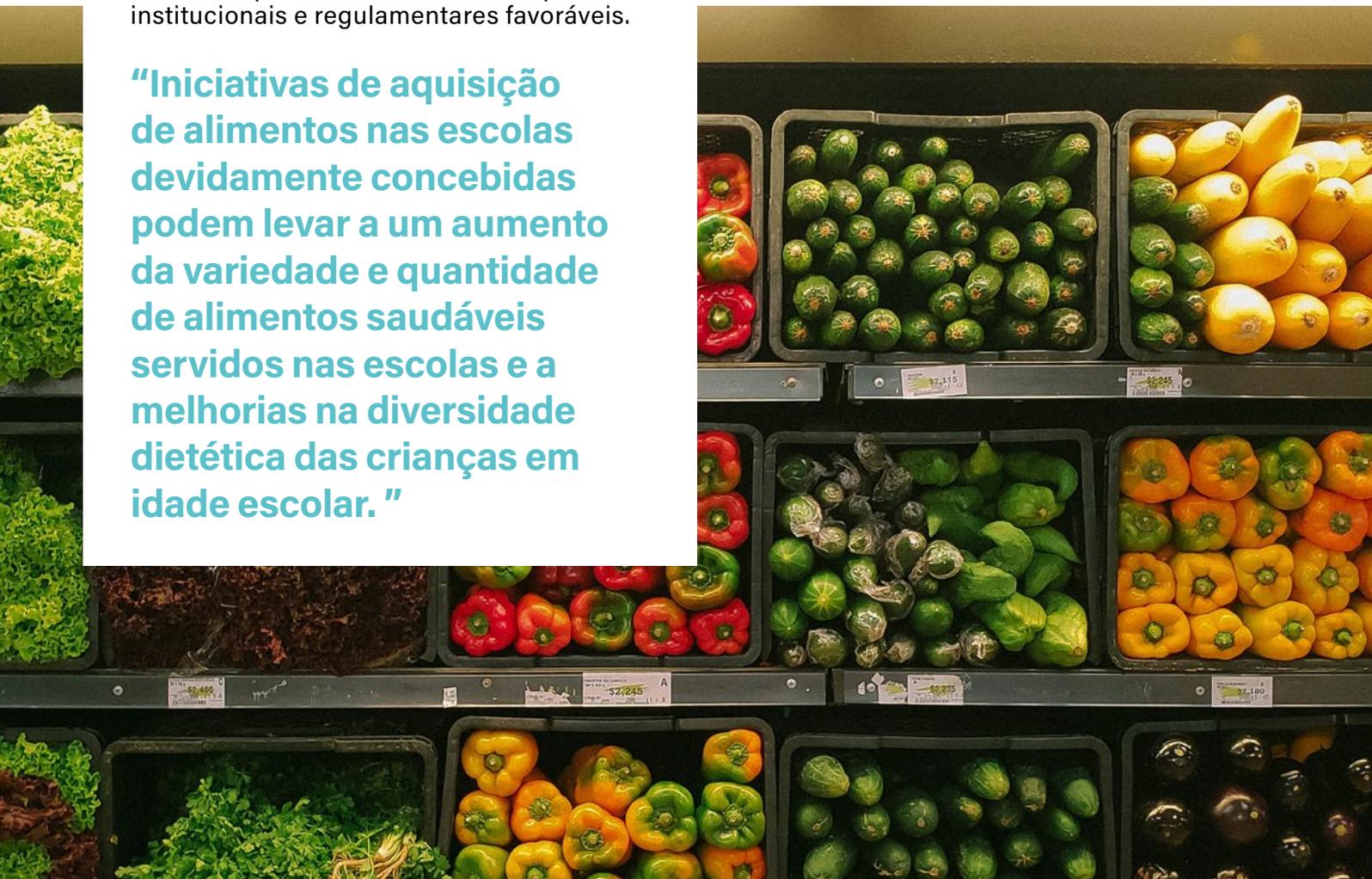
Quais são hoje os principais desafios para permitir uma melhor PFP?

A implementação de iniciativas de PFP não é uma tarefa simples ou direta. A implementação bem-sucedida das iniciativas PFP requer intervenções coordenadas tanto do lado da procura como do lado da oferta. Requer também ambientes políticos, institucionais e regulamentares favoráveis.

“Iniciativas de aquisição de alimentos nas escolas devidamente concebidas podem levar a um aumento da variedade e quantidade de alimentos saudáveis servidos nas escolas e a melhorias na diversidade dietética das crianças em idade escolar.”

A análise apresentada nesta publicação demonstra que a resolução de muitos dos desafios relacionados com a implementação de iniciativas de PFP depende de ações do Estado, e especialmente do desenvolvimento de quadros regulamentares e instrumentos políticos adequados. De facto, a análise confirma que quadros regulamentares adequados são fundamentais para o desenvolvimento e implementação bem-sucedida das iniciativas da PFP. No entanto, a análise deste livro confirma também que os quadros regulamentares não são suficientes. Outras ações do Estado são necessárias e podem envolver a utilização de uma combinação complementar de instrumentos de política.

A análise neste livro confirma igualmente que os instrumentos utilizados apenas pelo Estado não são suficientes para assegurar a formulação e implementação bem-sucedida de iniciativas de PFP. Muitos outros atores, incluindo o setor privado, a sociedade civil e outros intervenientes, têm também um papel crucial a desempenhar. O livro mostra, portanto, o papel-chave dos diferentes atores (incluindo os privados) na implementação da PFP e a importância do equilíbrio entre o papel do Estado e o dos mercados para a obtenção de maiores benefícios da PFP para a sociedade.



A melhor prática do mês:

Retrato de algumas das nossas ações nos mercados grossistas para promover dietas mais saudáveis e melhores hábitos alimentares!

Temos o prazer de partilhar as iniciativas e programas para promover padrões de alimentação mais saudáveis de alguns dos nossos mercados grossistas. Para além de serem os maiores distribuidores mundiais de alimentos frescos – e particularmente de frutas e legumes – e os únicos que asseguram o acesso a uma grande variedade de produtos frescos, os mercados grossistas desenvolvem projetos específicos e parcerias para melhorar dietas mais saudáveis. Encontre aqui alguns exemplos emocionantes!

Entrevista:

Mercamadrid lança um projeto inovador para ensinar às crianças em idade escolar melhores hábitos alimentares!

13

O mercado grossista de Madrid está a desenvolver um novo projeto «Escuela de la Fruta» para promover dietas saudáveis entre as crianças. Pode explicar mais detalhadamente este projeto?

Em 2021, o Mercamadrid, mercado grossista de Madrid, reforçou o seu compromisso para com a saúde das crianças através do desenvolvimento de uma nova iniciativa: O projeto Escola da Fruta. Um espaço único em Espanha, localizado dentro do Mercado Central de Frutas e Vegetais, no qual as crianças podem aprender enquanto brincam. O principal objetivo deste projeto é colaborar com as famílias e escolas para que as crianças possam adquirir conhecimentos e competências para terem um estilo de vida e uma dieta saudável. Este projeto foi incluído no Plano Estratégico 2020-22 do Mercamadrid, aprovado pelo Conselho de Administração e financiado pela administração do mercado grossista. No ano passado, o programa abriu em outubro, o que as medidas governamentais anteriores de mitigação da COVID-19 não permitiam. Em apenas 3 meses, mais de 300 crianças em idade escolar visitaram-nos em 2021!

Este projeto é a evolução de um programa mais antigo que nasceu no final de 2016, «Aprendo a comer saudável no Mercamadrid». Um programa de visitas destinado a estudantes dos 9 aos 12 anos, no qual se dá a conhecer a importância e o impacto de cada um dos elos da cadeia alimentar, de modo a ter uma grande variedade de alimentos saudáveis e seguros, desde o campo e o mar até ao nosso prato.

Os novos projetos promovem hábitos alimentares saudáveis, salientando a importância dos alimentos frescos e sazonais, numa altura em que a obesidade infantil se tornou uma preocupação para muitos especialistas e nutricionistas.

Desde o início, teve o empenho e o envolvimento ativo das entidades de representação empresarial do Mercamadrid, bem como do grupo de empresas e profissionais que exercem a sua atividade no mercado.

Esta iniciativa foi acrescentada a outras atividades do Mercamadrid que procuram promover padrões alimentares saudáveis e uma vida saudável, tais como o programa «Conhecer o Mercamadrid» de visitas de cidadãos, as visitas gastronómicas de produtos sazonais (destinadas a adultos) ou a corrida Mercamadrid de 10 km.

Qual a articulação com outras organizações ou com o governo local para a organização destes dias?

O projeto tem o importante apoio dos acionistas do Mercamadrid, da Câmara Municipal de Madrid e da Mercasa. Para solicitar visitas, as escolas podem fazê-lo através do catálogo de atividades extracurriculares da Câmara Municipal de Madrid, no qual a atividade está incluída, ou na página da Internet de Mercamadrid.

Quais acha que são os maiores desafios para uma alimentação saudável em Madrid, e como acha que os mercados grossistas desempenham um papel na promoção de padrões de alimentação saudável?

A Escola da Fruta nasceu com a vocação de abordar os resultados do último estudo da Agência Espanhola de Segurança Alimentar e Nutrição, que reflete que 40% das crianças e adolescentes espanhóis são obesos ou têm excesso de peso.

O envolvimento da Associação para a Promoção do Consumo de Fruta e Legumes «5 por dia» e da Associação de Grossistas de Fruta de Mercamadrid juntamente com o Mercamadrid no projeto «Aprendo a comer saudável» e a sua evolução com a Escola de Fruta desde o primeiro dia, representa o compromisso deste grande mercado de alimentos frescos com a saúde das crianças, promovendo o consumo de fruta e legumes frescos, enfatizando a sazonalidade, proximidade, sustentabilidade, etc.

“O último estudo da Agência Espanhola para a Segurança Alimentar e Nutrição reflete que 40% das crianças e adolescentes espanhóis são obesos ou têm excesso de peso.”

14



Entrevista:

O mercado grossista de Alicante ensina aos pais dos alunos melhores padrões alimentares para os seus filhos.

Sabemos que o Mercalicante (Espanha) está a desenvolver dois projetos, «Escola para pais» e «O Frigorífico» para promover dietas saudáveis. Poderia explicar mais detalhadamente estes projetos e o que faz o seu mercado para promover uma alimentação saudável?

A partir do Mercalicante desenvolvemos várias iniciativas para promover hábitos saudáveis, especialmente relacionados com a alimentação e o desporto. Para além das visitas escolares com seminários sensoriais que desenvolvemos recentemente, juntamente com a Câmara Municipal de Alicante, os projetos educativos 'Escola para pais' e 'O Frigorífico' para formar tanto os jovens como os pais em hábitos saudáveis. No caso do programa «O Frigorífico» («La Nevera»), que faz parte da iniciativa «Disfruta del movimiento» (Desfrute do movimento), vamos às escolas secundárias de Alicante onde são realizados vários workshops para promover o movimento dos jovens através de danças ou vários desportos. Aí distribuimos fruta entre os jovens e damos workshops centrados em hábitos alimentares saudáveis.

No caso da “Escola para pais”, que foi criada em colaboração com as Associações de Pais das Escolas, criámos um projeto específico para acompanhar os pais no processo de introdução



de hábitos saudáveis nos seus filhos através da alimentação, do desporto e de algo tão importante como as horas de sono necessárias. Tendo em conta que as necessidades variam de acordo com a idade, dispomos de material de formação destinado às crianças e outro material específico para alunos do ensino primário. Para além destes dois projetos, realizamos, em colaboração com a Câmara Municipal de Alicante, outro projeto nas escolas, denominado «Dias de Hábitos Saudáveis», que se destina a crianças do ensino primário.

Em 2021, mais de 3.800 jovens e crianças beneficiaram dos nossos programas educativos!



“O principal desafio é conseguir uma alimentação saudável desde tenra idade para se tornar parte da rotina regular das crianças pequenas e das suas famílias.”

Qual é a articulação com outras organizações ou com o governo local para a organização destes dias?

A nossa comunicação com a Câmara Municipal de Alicante, e os seus departamentos, é constante e fluida para saber exatamente quais as necessidades e quantidades de fruta fresca que precisam que forneçamos para cada atividade, dependendo do número de participantes. Através de memorandos de entendimento com vários conselhos vizinhos, colaboramos na promoção e desenvolvimento destes projetos.



15

Pode explicar o nascimento destes projetos, como são financiados e quantas pessoas beneficiaram dos mesmos?

Os projetos nasceram do compromisso do Mercalicante de promover uma dieta saudável e equilibrada, e estamos conscientes da elevada taxa de obesidade que ocorre numa idade precoce. Como empresa pública, quisemos dar o nosso contributo para melhorar a saúde futura das nossas crianças e jovens. Alguns dos projetos são inteiramente financiados pela Mercalicante como parte da sua responsabilidade social empresarial e com alguma colaboração dos grossistas instalados nas instalações. Outros projetos são co-financiados pela Câmara Municipal de Alicante. Para além das ações acima mencionadas, colaboramos também anualmente em dezenas de eventos desportivos, onde promovemos o consumo de fruta fresca através da distribuição deste produto entre os atletas, atingindo 12500 atletas em 2021.

Quais acha que são os maiores desafios para uma alimentação saudável em Alicante, e como acha que os mercados grossistas desempenham um papel na promoção de padrões de alimentação saudável?

O principal desafio é conseguir uma alimentação saudável desde tenra idade para se tornar parte da rotina regular das crianças pequenas e das suas famílias. Se formos capazes de inculcar este tipo de hábitos desde tenra idade, as crianças de hoje serão os adultos de amanhã com hábitos saudáveis, que praticam desporto e cuidam da sua dieta com produtos frescos e de qualidade. Sem dúvida, os mercados grossistas desempenham um papel estratégico na divulgação de uma alimentação saudável. São centros logísticos para a comercialização de produtos frescos e saudáveis, e também representam a peça chave que move e sustenta toda a engrenagem da cadeia de abastecimento alimentar no nosso país!

Entrevista:

O mercado grossista de Paris, Rungis, constrói parcerias com os principais atores do setor e lança uma Escola para formar a nova geração de profissionais da alimentação fresca!

Sabemos que o Rungis está a desenvolver um novo projeto ousado para formar a nova geração de profissionais da alimentação fresca. Poderia explicar mais detalhadamente estes projetos e o que o seu mercado faz para promover uma alimentação saudável?

A Rungis Academy está localizada no coração do Mercado Grossista Internacional de Rungis. No meio dos seus valores fundamentais, a Escola quer desempenhar um papel fundamental na promoção de hábitos alimentares saudáveis e sustentáveis entre os alunos. Um dos objetivos da Rungis Academy é sensibilizar os jovens, aprendizes e estudantes para uma alimentação saudável e equilibrada, mas também para a transição ecológica e para o consumo responsável e anti-lixo. Planeamos organizar temas e eventos sobre estes temas!

O primeiro evento terá lugar no final de março, sob a forma de uma divertida digressão educacional: «Da terra ao prato através do mercado» para destacar um circuito alimentar eco-responsável aos nossos pratos e dar respostas à pergunta: Como produzir, consumir e cozinhar de forma mais responsável? e, portanto, comer de forma mais saudável.

“A Rungis Academy pode formar profissionais que terão conhecimento de toda a indústria alimentar.”

Ao reunir ações de formação nos domínios da agricultura, logística e indústria alimentar, a Rungis Academy pode formar profissionais que terão conhecimento de toda a indústria alimentar. Por exemplo, para dar um exemplo concreto, ensinaremos os formadores de catering a utilizar produtos locais de circuitos curtos.



Pode explicar como surgiram estes projetos, como são financiados e quantas pessoas beneficiaram com eles?

A Rungis Academy foi criada pela administração do mercado grossista que queria um campus para ajudar jovens e adultos a encontrar emprego e as profissões da indústria alimentar a encontrar profissionais formados. No seu papel estatutário, a associação também se propôs à tarefa de responder às questões alimentares de amanhã. Os membros da associação são centros de formação para a indústria alimentar, agricultura, restauração..., desejamos conduzir uma reflexão sobre estes temas. Este ano estamos a visar uma centena de jovens para o nosso primeiro evento relacionado com «padrões alimentares saudáveis», que terá lugar em março.

Como são organizados estes eventos em conjunto com outras organizações/governo local?

A Rungis Academy é apoiada pelo governo regional. Além disso, com o objetivo de termos uma boa visibilidade das nossas ações e especialmente deste evento, respondemos ao apelo público nacional para projetos «Ano da Gastronomia», para os quais nos foi atribuído um rótulo. Este rótulo dá origem a uma referência dentro da rubrica «Ano da gastronomia» do site do governo. O evento pode assim beneficiar de uma visibilidade de todo o público.





Na sua opinião, quais são os maiores desafios em termos de alimentação saudável em Paris e como pensa que os mercados grossistas desempenham um papel na promoção de hábitos alimentares saudáveis?

Os maiores desafios relacionados com os objetivos da Rungis Academy são:

- Educação ao longo da vida em alimentação com proximidade ao campo
- Informação nutricional e ambiental

A Rungis Academy está de acordo com estes desafios e abordará estes temas nos cursos de formação que proporciona. Os mercados grossistas dão acesso a alimentos de qualidade (produtos frescos, produtos biológicos, desenvolvimento de curto-circuitos, etc.) e são um ator-chave a nível local para assegurar dietas saudáveis.

Entrevista:

17

O mercado grossista do Uruguai cria um «cabaz de preços inteligente» entre consumidores e retalhistas para facilitar o acesso a alimentos saudáveis sazonais locais.

Sabemos que o seu mercado está a desenvolver um projeto inovador para promover dietas saudáveis, poderia explicar com mais pormenor estes projetos e o que o seu mercado está a fazer para promover uma alimentação saudável?

Antes de mais, quero partilhar que a Unidad Agroalimentaria Metropolitana (UAM) do Uruguai representa 60% da comercialização nacional de frutas e legumes destinados ao consumo fresco no país. Em 2017, o Mercado Modelo/UAM lançou com o Ministério da Pecuária, Agricultura e Pesca e organizações sociais do setor o programa «Mejor de estación» («Melhor da Época»).

“O projeto «Cesto Inteligente» desenvolveu uma estratégia de difusão em massa dirigida especialmente aos consumidores, que são os que impulsionam a cadeia e dão sinais a outros elos.”

Como parte da campanha, foi desenvolvido o conceito de que as frutas e legumes têm um comportamento sazonal e é melhor consumi-los quando são mais abundantes, porque são certamente de melhor qualidade e são vendidos a um preço mais baixo. Para o conseguir, a ferramenta de comunicação criada foi a «Canasta inteligente» («Cabaz Inteligente»).

O «Cabaz Inteligente» é uma lista de produtos que são selecionados com base na sua qualidade e abundância em oferta, boa contribuição nutricional e preços acessíveis. Esta lista é atualizada de 15 em 15 dias para ter em conta as alterações na sazonalidade dos produtos.

O «Cabaz Inteligente» é um produto conceptual. Não é um cabaz contendo frutas e legumes sazonais selecionados a preços mais baixos, mas uma lista recomendada de produtos que podem ser encontrados a preços acessíveis na maioria das lojas de frutas e legumes do país.

Uma característica central do «Cabaz Inteligente» é que desenvolveu uma estratégia de divulgação em massa dirigida especialmente aos consumidores, que são os que impulsionam a cadeia e dão sinais a outros elos. Os retalhistas - retalhistas, supermercados, armazéns e lojas de self-service - e as associações que os agrupam juntaram-se no processo de disseminação, desempenhando um papel importante no processo de adoção das sugestões pelos consumidores finais.

Poderia explicar a origem destes projetos, como são financiados e quantas pessoas beneficiaram com eles? E qual é a articulação com outras organizações/governo local para a organização destas ações?

A campanha «Melhor da Época» surgiu como um empreendimento conjunto entre o Ministério da Pecuária, Agricultura e Pesca e a Comissão Administrativa do Mercado Modelo (agora UAM). A contribuição feita por cada uma destas instituições para o seu financiamento consiste na contribuição de técnicos especializados, que apoiam a informação que alimenta a campanha e o financiamento dos próprios elementos comunicacionais (agência de publicidade e diretrizes publicitárias em redes sociais, rádio, televisão e vias públicas).

A campanha foi concebida com um forte enfoque nos decisores dos lares uruguaios. Cinco anos após o início da campanha, estima-se que tenha uma muito boa penetração no Uruguai urbano (60% da população) e com oportunidades de melhoria na população mais desfavorecida do ponto de vista socioeconómico.

18



Quais são, na sua opinião, os maiores desafios para uma alimentação saudável no Uruguai?

O consumo de fruta e vegetais no Uruguai é de cerca de 290 gramas por pessoa/dia, o que é significativamente inferior aos 400 gramas estabelecidos pela Organização Mundial de Saúde (OMS) para atingir o consumo mínimo recomendado para uma dieta saudável. O desafio para o Uruguai é atingir a quantidade mínima recomendada.

Com base em estudos de consumo, as mensagens foram concebidas para mudar algumas das perceções erradas da população sobre o consumo e fornecimento de fruta e legumes:

- que já consomem o suficiente
- que são sempre caros
- que estão sempre disponíveis, durante todo o ano
- que são difíceis de preparar
- que levam muito tempo a preparar.

Para o efeito, a campanha promoveu uma comunicação destinada a informar a população sobre o nível médio de consumo diário de frutas e legumes e a lacuna com a recomendação da OMS.

Como pensa que os mercados grossistas desempenham um papel na promoção de padrões alimentares saudáveis?

Os mercados grossistas são sem dúvida chamados a desempenhar um papel estratégico na promoção de ações institucionais destinadas a orientar o crescente consumo saudável de frutas e vegetais por parte da população. Este papel ganhou relevância, especialmente no contexto pandémico global dos últimos anos, em que os mercados grossistas permaneceram interrompidos na distribuição de alimentos à sua população. Estas e outras ações de promoção associadas não têm precedentes no nosso país, nem na região, e não há muitos exemplos no mundo. O desafio é grande, porque não é fácil empreender a batalha para mudar os hábitos alimentares de uma sociedade. Podemos avançar modificando as conceções erradas que são defendidas, mas muito mais complexos e difíceis de modificar são os elementos afetivos que motivam a decisão de comprar e consumir, processos em que os aspetos racionais desempenham apenas um papel muito secundário.





Inovação:

A FAO desenvolveu um novo indicador ousado e uma metodologia de mapeamento para analisar o impacto dos mercados de alimentos frescos na melhoria dos hábitos alimentares mais saudáveis.

Temos o maior prazer em apresentar-vos este novo instrumento que a Divisão de Alimentação e Nutrição da FAO desenvolveu para medir a contribuição dos mercados retalhistas de alimentos frescos para garantir dietas saudáveis e diversificadas a nível local. Este novo instrumento poderá ser fundamental para que uma política alimentar pública eficaz seja bem-sucedida na garantia de dietas mais saudáveis para todos.

Pode apresentar brevemente o trabalho da sua divisão na FAO?

Dentro da divisão de Alimentação e Nutrição da FAO, existe uma equipa de trabalho focada em ambientes de retalho alimentar. O ambiente de retalho alimentar, que compreende todos os pontos de venda de alimentos através dos quais os consumidores compram os alimentos, empurra as escolhas alimentares dos consumidores em determinadas direções e contribui para hábitos alimentares e preferências que podem ter impactos a longo prazo, especialmente nas crianças.

Dentro destas áreas de trabalho, a equipa tem várias iniciativas e projetos, incluindo em mercados de alimentos frescos que desempenham um papel crucial no fornecimento de alimentos a nível territorial, ou seja, os mercados territoriais. A partir de 2017, foi lançada uma iniciativa para cartografar os mercados territoriais a fim de recolher dados e informações que permitam compreender melhor como funcionam estes mercados. Até agora, a equipa (juntamente com outros parceiros) já: (i) desenvolveu uma metodologia

para a cartografia dos mercados territoriais; (ii) cartografou mercados territoriais em diferentes países (Tanzânia, Paraguai, Malawi, Equador, Burkina Faso, Mali, Senegal, Ruanda e Quênia); e (iii) identificou pontos de entrada para abordar as lacunas existentes e as necessidades de desenvolvimento de capacidades a nível do mercado.

De que forma pensa que os mercados retalhistas de alimentos frescos estão ligados a uma melhor alimentação?

Os mercados de alimentos frescos territoriais/de rua estão no centro dos sistemas alimentares territoriais e são, portanto, cruciais para a mudança para sistemas alimentares sustentáveis e para dietas saudáveis. Pela qualidade e quantidade dos alimentos que vendem e a que preço, os mercados territoriais têm o potencial de produzir efeitos benéficos em termos de consumo, melhorando a disponibilidade, acessibilidade e desejabilidade dos alimentos produzidos localmente, saudáveis e nutritivos para os consumidores dos territórios em que estão inseridos. Os mercados territoriais são centros-chave de abastecimento alimentar para todos os consumidores locais de todos os estatutos económicos. Especialmente em locais com poucos recursos, onde a capacidade dos consumidores de preservar os alimentos em casa é limitada, por exemplo pela falta de instalações adequadas, tais como frigoríficos, etc., os mercados constituem um recurso importante para o abastecimento de alimentos frescos e sazonais, tais como vegetais, fruta, carne e peixe numa base diária.

“Os mercados de alimentos frescos territoriais/de rua estão no centro dos sistemas alimentares territoriais e são cruciais na mudança para sistemas alimentares sustentáveis e dietas saudáveis.”

“Apesar da sua importância, os mercados territoriais são muitas vezes negligenciados em intervenções e programas sensíveis à nutrição.”

Além disso, os mercados territoriais são importantes centros de abastecimento para a diversidade alimentar. Uma dieta diversificada ajuda a assegurar a ingestão adequada de nutrientes essenciais que podem promover a boa saúde física e o desenvolvimento mental. Além disso, a diversidade dietética está positivamente associada aos pilares da segurança alimentar, ou seja, disponibilidade, acessibilidade e utilização. Assim, ao alavancar a riqueza e diversidade dos alimentos localmente cultivados e disponíveis oferecidos nestes mercados, surgem várias oportunidades para promover e enriquecer as dietas.

Foi criado um indicador para medir a contribuição dos mercados retalhistas para assegurar a nível local dietas saudáveis e diversificadas. Poderia explicar-nos um pouco mais o projeto? Porque é que foi criado? O que é que mede?

Apesar da sua importância, os mercados territoriais são muitas vezes negligenciados em intervenções e programas sensíveis à nutrição, muito provavelmente devido a lacunas de informação, ou a uma falta de compreensão do seu potencial. Para responder à necessidade de dados fiáveis, oportunos e relevantes para avaliar a contribuição dos mercados territoriais tanto para os padrões alimentares dos consumidores como para o desenvolvimento sustentável das localidades e regiões, a FAO desenvolveu uma metodologia para o mapeamento dos mercados territoriais. Esta metodologia tem sido utilizada para o mapeamento e análise de mercados num grande número de países, levando à identificação de pontos de entrada para a obtenção de resultados nutricionais e para o fomento de dietas saudáveis.

Entre outros, desenvolvemos um novo indicador, o «Indicador de contribuição mínima para dietas saudáveis e diversificadas».

Este indicador, construído a partir de dados recolhidos junto dos consumidores que fazem as suas compras de alimentos nos mercados territoriais, fornece um valor entre 0 e 1 (quanto mais próximo de 1 maior é a contribuição), o que dá uma estimativa da contribuição do mercado para garantir o acesso a dietas saudáveis e diversificadas aos consumidores. Baseia-se em duas dimensões:

(i) A primeira dimensão avalia a contribuição mínima dos mercados para o consumo diário de alimentos, estimando quanto do que é consumido provém dos mercados. É calculada como a quota média (%) dos consumidores que declaram ter consumido produtos alimentares no dia anterior, declarando comprar os produtos alimentares todas as vezes ou a maior parte do tempo que visitam o mercado e declarando visitar o mercado todos os dias ou muitos dias por semana, sobre o total de consumidores que consomem o produto.

“O indicador de contribuição mínima para dietas saudáveis e diversificadas tenta estimar a importância dos mercados retalhistas de alimentos frescos para os padrões alimentares dos consumidores locais.”

(ii) A segunda dimensão analisa a contribuição mínima dos mercados para a compra de dietas saudáveis por parte dos consumidores. Esta é uma estimativa do número de consumidores que adquirem a totalidade do cabaz alimentar saudável num mercado territorial específico. É calculada como a percentagem (%) de consumidores que declaram ter consumido pelo menos 5 grupos alimentares diferentes (três destes têm de ser uma fonte de hidratos de carbono, uma fonte de proteínas e uma fonte de vitaminas e fibras) e ter comprado todos estes grupos alimentares nos mercados territoriais sobre o total de consumidores.





21

Poderia partilhar connosco algumas das descobertas iniciais deste trabalho e alguns exemplos concretos?

O mapeamento dos mercados territoriais ocorreu em vários países entre os quais se encontravam o Malawi e a Tanzânia. Diferentes e interessantes conclusões surgiram sobre a contribuição para dietas saudáveis e diversificadas.

No Malawi, o indicador de contribuição mínima para dietas saudáveis e diversificadas diz-nos que pelo menos 25% de todos os consumidores que visitam os mercados mapeados dependem inteiramente desses mercados para aceder e comprar um cabaz alimentar saudável. Num mercado, este número excedeu mesmo 40% dos consumidores. Ao considerar grupos alimentares específicos, a contribuição dos mercados para o consumo diário é ainda maior, com um máximo de 80% dos consumidores que consomem peixe apenas a comprar este produto nos mercados mapeados.

Qual é, na sua opinião, o potencial deste indicador? Pensa que este indicador poderia ajudar as cidades a ter dados mais concretos para acelerar as políticas urbanas de promoção da transição do sistema alimentar para ambientes alimentares mais sustentáveis, resilientes e saudáveis?

O indicador de contribuição mínima para dietas saudáveis e diversificadas tenta estimar a importância dos mercados retalhistas de alimentos frescos para os padrões alimentares dos consumidores locais. Esta informação é crucial para desenvolver recomendações informadas aos decisores políticos e planear estratégias eficazes para melhorar a disponibilidade e acessibilidade de dietas saudáveis e diversificadas a nível territorial, incluindo as cidades.

Este indicador pretende ser uma prova de quão essenciais estes mercados são para a segurança alimentar e dietas saudáveis e diversificadas nos territórios em que os mercados estão inseridos. Esperamos que sirva para chamar a atenção para esta questão e revelar o potencial dos mercados territoriais no combate às formas de subnutrição e na promoção de dietas saudáveis. Uma vez que os mercados são centros-chave de abastecimento alimentar para as populações locais e, portanto, essenciais para garantir a sua segurança alimentar, devem ser considerados como pontos de entrada para a ação.

Além disso, mercados que funcionam bem podem também contribuir para promover a transição para sistemas alimentares mais sustentáveis e resilientes, se os produtores e retalhistas que vendem produtos produzidos de forma sustentável conseguirem valorizar plenamente os seus produtos.

Dado que os mercados territoriais estão no cerne dos sistemas alimentares territoriais, a adoção de uma abordagem de mercado permite intervir em múltiplas dimensões, catalisando assim as mudanças sistémicas necessárias à transição para sistemas alimentares sustentáveis, inclusive em contextos urbanos.

Pensa que a FAO e a WUWM unem forças para ajudar os governos locais a acelerar a transformação do sistema alimentar? Em caso afirmativo, de que forma?

A colaboração entre a FAO e a WUWM nos mercados de alimentos frescos deve ser ainda mais reforçada para apoiar os governos locais a compreenderem plenamente como funcionam os mercados alimentares e como podem ser melhorados. Neste sentido, a FAO e a WUWM podem ter um papel complementar: A FAO pode continuar a apoiar países e governos locais no mapeamento de mercados territoriais e na identificação de pontos de entrada para tornar estes mercados mais saudáveis e inclusivos; a WUWM pode capitalizar as experiências existentes dos seus membros para partilhar boas práticas e exemplos concretos sobre como os mercados se tornaram mais saudáveis e inclusivos, inspirando assim outras cidades e governos.

Em Eventos :

A WUWM participou no evento da Cimeira Nutrition for Growth 2021 em Tóquio: “Redução das perdas e desperdícios alimentares em frutas e legumes para melhorar o acesso a dietas saudáveis”, organizado pela FAO.

O evento de “redução da perda e desperdício alimentar em frutas e legumes para melhorar o acesso a dietas saudáveis” - evento paralelo à Cimeira Nutrition for Growth de Tóquio 2021 teve lugar a 20 de Janeiro de 2021, em formato online. No evento, numerosos intervenientes e peritos da cadeia de abastecimento alimentar salientaram que as dietas saudáveis estão hoje fora do alcance de 3 mil milhões de pessoas. Atualmente, 1,9 mil milhões de adultos têm excesso de peso ou são obesos, enquanto 462 milhões têm peso inferior ao normal. O elevado custo de dietas saudáveis aliado a níveis persistentemente elevados de desigualdade de rendimentos colocam as dietas saudáveis fora de alcance.

Entretanto, cerca de 1,3 mil milhões de toneladas de alimentos produzidos para consumo humano são desperdiçadas todos os anos. Por conseguinte, os oradores salientaram a importância de reduzir as perdas e desperdícios alimentares na cadeia de abastecimento de fruta e legumes, a fim de aumentar a disponibilidade de produtos frescos, promovendo assim uma melhor nutrição.

O painel discutiu oportunidades e abordagens para reduzir as perdas e desperdícios alimentares, e para maximizar a utilização das frutas e vegetais produzidos para consumo.

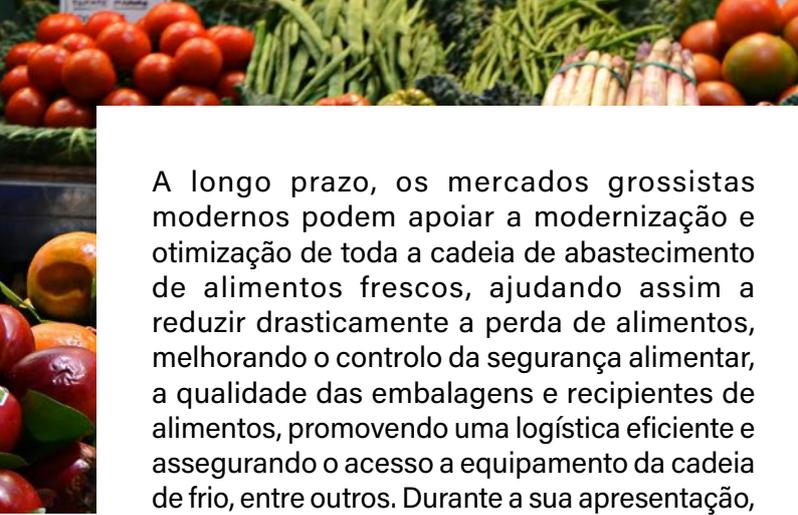
“A apresentação destacou o papel dos mercados grossistas na melhoria da nutrição e a sua relação com a redução da perda e desperdício de alimentos.”

A participação da WUWM foi liderada pela Secretária-Geral Eugenia Carrara, que apresentou «A contribuição dos mercados grossistas para reduzir as perdas e desperdícios alimentares e melhorar o acesso a dietas saudáveis». A apresentação destacou o papel dos mercados grossistas na melhoria da nutrição e a sua relação com a redução da perda e desperdício de alimentos. Algumas observações chave: Os mercados grossistas distribuem em média cerca de 40% da quantidade total de frutas e legumes consumidos anualmente em

TOKYO
**NUTRITION
FOR GROWTH**
SUMMIT 2021
Diet, Health, & Prosperity for All

todo o mundo. No entanto, a quantidade de resíduos produzidos nos mercados grossistas varia significativamente entre eles (0,3% a 30%). Isto sublinha o papel fundamental da modernização das infraestruturas para reduzir a perda e o desperdício de alimentos. Os mercados grossistas podem ter um impacto direto na redução do desperdício dos alimentos que entraram no mercado, mas também, de uma forma geral, um efeito de ondulação em toda a cadeia.





A longo prazo, os mercados grossistas modernos podem apoiar a modernização e otimização de toda a cadeia de abastecimento de alimentos frescos, ajudando assim a reduzir drasticamente a perda de alimentos, melhorando o controlo da segurança alimentar, a qualidade das embalagens e recipientes de alimentos, promovendo uma logística eficiente e assegurando o acesso a equipamento da cadeia de frio, entre outros. Durante a sua apresentação, Carrara apresentou diferentes exemplos para a redução das perdas e desperdícios alimentares em países de baixo rendimento e países de alto rendimento. Quanto à primeira, ela apresentou o caso da Nigéria e do Chile. Na Nigéria, as câmaras frigoríficas movidas a energia solar aumentaram o prazo de validade de dois dias para mais de 20 dias para um pequeno investimento. E no Chile, onde as parcerias com empresas privadas e bancos alimentares diminuíram, ajudou o mercado a reduzir o seu desperdício alimentar, ao mesmo tempo que redistribuía os produtos não vendidos pelas famílias pobres. Para os países de elevado rendimento, apresentou o caso da Itália e da França. No mercado grossista de Roma, uma parceria com o governo italiano permitiu-lhes criar uma infraestrutura de «laboratório alimentar» no local onde os frutos não vendidos são processados, conservados em purés e em gelados saudáveis e depois vendidos a preços realmente baixos.

Em França, o mercado conseguiu reduzir para 0,3% as perdas e desperdícios alimentares através de uma parceria com uma empresa de impacto social localizada no local, encarregada de recolher e redistribuir os produtos não vendidos, e de fazer biogás com os restos de comida.

A apresentação concluiu realçando que se hoje temos soluções claras que poderiam reduzir drasticamente a perda de alimentos nos mercados, é essencial agora aumentar o acesso ao investimento público ou privado a mercados que não podem desenvolver parcerias com governos locais ou empresas para desenvolver esse tipo de iniciativas. Por último, é necessário promover legislação que facilite as doações e penalize o desperdício alimentar.

No mundo da WUWM

14 de dezembro — Primeira reunião dos signatários do Código de Conduta da UE

17 de dezembro — 6ª Reunião com o CEO do UNFSS

11 de janeiro — Reunião com a rede de bancos alimentares mundial para desenvolver um plano de ação anual

13 de janeiro — Reunião dos signatários da declaração de Glasgow

14 de janeiro — A WUWM reúne-se com o departamento de política alimentar urbana da FAO

19 de janeiro — O Secretariado da WUWM reuniu-se com o MIT para dar início à colaboração

20 de janeiro — Participação na Mesa Redonda da FAO sobre Nutrição para o Crescimento

25 de janeiro — Reuniões com o GAIN para assinar o MoU

“O Secretariado da WUWM reuniu-se com o MIT para dar início à colaboração.”



About WUWM:

We aim to facilitate access to healthy diets for everyone in the world by delivering more sustainable, inclusive, and high-quality fresh food supply systems. We exchange ideas, share best practices and cooperate with our partners in international organizations, governments, businesses, and the public.

