

Mercado vegetariano está em expansão



Alimentação sem carne e sem peixe tem cada vez mais adeptos em Portugal

Tofu, seitan e kefir são palavras que se tornaram banais no vocabulário de muitos portugueses. Alimentação vegetariana está em expansão, mas o interesse dos consumidores não é acompanhado pela oferta.

Tiago Sousa, director comercial da Provida, a empresa de alimentação vegetariana mais antiga do país, salienta que a procura por este tipo de produtos alimentares tem crescido nos últimos anos, sobretudo nas grandes superfícies. Mas a oferta dos supermercados ainda é escassa e pou-

co diversificada. "As lojas especializadas têm mais espaço e conseguem ter mais produtos".

A Provida produz os "dois principais pilares do vegetarianismo", tofu (queijo de soja) e seitan (derivado de glúten), bem como produtos transformados à base destas matérias-primas.

Os vegetarianos são apenas um dos públicos-alvo daquela empresa, já que "há um forte interesse por parte dos não-vegetarianos", de "pessoas que apostam na diversificação da sua dieta alimentar e reconhecem os benefícios de

não comer tanta carne", reconhece Tiago Sousa.

"Depois há os convictos, os verdadeiros vegetarianos, mas este é um nicho de mercado muito mais pequeno", especifica.

"Ainda há quem pense que esta é uma alimentação esquisita, sem sabor. É preciso desmistificar estas ideias, porque se estes alimentos forem bem cozinhados são tão saborosos como os outros", defende.

A Ad Naturam é a mais recente empresa no mercado e aposta no fornecimento destes produtos para hotéis, restaurantes e cate-

ring. "A hotelaria e a restauração convencional já não podem dispensar esta alternativa, há muitos clientes que o exigem", justifica o director da empresa.

Gil Monsaraz acredita que as grandes superfícies já se aperceberam deste potencial e que o mercado vai continuar a crescer. "Sei que já há grandes superfícies que procuram produtores para lançarem marcas próprias".

Mas a falta de conhecimentos sobre a maneira de confeccionar estes alimentos, sobretudo por parte dos não-vegetarianos, ainda trava a sua comercialização.

"As vezes as pessoas compram tofu ou seitan, mas depois [os pratos] não resultam bem porque não sabem cozinhar", reconhece Gil Monsaraz.

Cristina Rodrigues, do Centro Vegetariano lembra que "agora a

Ser vegetariano tornou-se num modo de vida para milhares de portugueses

maior parte dos supermercados tem produtos vegetarianos". O interesse também se manifesta através do "boom" de restaurantes vegetarianos, alimentados pelos não-vegetarianos, e da procura de cursos de culinária específicos.

Num inquérito online do Centro Vegetariano, 52% dos inquiridos consideraram que a oferta de produtos vegetarianos em supermercados é "insuficiente" e 63% disseram o mesmo da oferta disponível na Internet. Só no caso das lojas especializadas a diversidade de produtos satisfazia os inquiridos. ■

ALIMENTAÇÃO

Não comer carne nem peixe por opção

♦ A maior parte das pessoas que decidem tornar-se vegetarianas fazem-no por motivos éticos, como o respeito pelos animais, segundo um inquérito do Centro Vegetariano sobre hábitos alimentares.

Quase 40% das pessoas nunca consumiam carne nem peixe, 27% faziam-no de forma ocasional e os restantes incluíam-nos "sempre ou com frequência" na sua alimentação. Cerca de metade ingeriam ovos e laticínios com frequência, mas os restantes 50% apenas o faziam "esporadicamente" ou "nunca".

Os inquiridos afirmaram que optaram pelo vegetarianismo por motivos de ordem ética (68%), ecológica (51%), saúde (44%), espirituais (26%), económicos (6%) e religiosos (2%).

Segundo um estudo da Nielsen, realizado a pedido do Centro Vegetariano em 2007, cerca de 30 mil portugueses não consomem carne nem peixe e 5% da população exclui uma das categorias alimentares tradicionais (carne, peixe, laticínios ou ovos).

A Semana Vegetariana Mundial, que começa na quinta-feira, comprova a importância que cada vez mais portugueses dão a esta alternativa. A iniciativa junta organizações que promovem um estilo de vida mais saudável, mais humano e ambientalmente sustentável, ao longo de sete dias. ■