

# Egídio Malanquini

É vice-presidente da Associação Brasileira da Indústria do Café (Abic)

OPINIÃO25

SEGUNDA-FEIRA, 28 DE OUTUBRO DE 2013 A GAZETA

/// O Selo de Pureza foi um dos maiores sucessos dos últimos anos no setor de alimentos e bebidas

## *A qualidade do café no Brasil e o papel da Abic*

Maior produtor mundial do grão, o consumo de café no Brasil chega a 15,77 bilhões de litros/ano, o que coloca o país no segundo lugar entre os que mais tomam a bebida no mundo. Para a expansão do consumo no mercado nacional a Associação Brasileira da Indústria do Café (Abic) reúne mais de 500 empresas de torrefação e moagem, como importante agente da qualidade

do produto no Brasil.

Foi fundada em 1973 por decisão de representantes dos sindicatos de indústria de vários Estados, que perceberam que a criação de uma associação nacional da indústria do café seria a melhor forma de negociar com o governo. O primeiro desafio foi reverter a forte queda no consumo brasileiro de café nas décadas de 70 e 80.

Em 1989 foi lançado o Selo de Pureza, um projeto inédito e ousado, que foi considerado um dos maiores sucessos dos últimos anos no setor de alimentos e bebidas. O sucesso da atitude pioneira da Abic chamou a atenção da Organização Internacional do Café (OIC), que vem utilizando o caso brasileiro como modelo para outros 60 países consumidores do produto. Segundo a OIC, em nenhum país do mundo se verificou aumento tão expressivo no consumo do café quanto no Brasil.

Em 2004, a Abic lançou o Programa de Qualidade do Café (PQC), que avalia o produto com auditorias e análises sensoriais. O programa visa diferenciar os produtos em qualidade e preço. Por isso,

o PQC considera três categorias de café a partir de níveis de qualidade: tradicional, superior e gourmet, com o objetivo de agregar valor e ampliar o consumo a partir da melhoria contínua dos cafés.

Também em 2004, foi realizado o 1º Concurso de Qualidade Nacional, que premiou os dez melhores lotes de grãos produzidos no ano. O mercado mundial de cafés de qualidade é estimado em US\$ 500 milhões (venda do grão antes de ser torrado). Já a venda em supermercados, cafeterias, bares e restaurantes pode alcançar US\$ 25 bilhões. O segmento cresce, em média, 20% ao ano contra 1,5% dos cafés tradicionais.

Para comemorar os 40 da Abic, vamos tomar um café?