



# Prémio ECOTROPHELIA Portugal: "o balanço é francamente positivo"

O Prémio ECOTROPHELIA Portugal vai ter uma terceira edição em 2019. Surgiu inspirado no ECOTROPHELIA fundado em França no ano de 2000 e que, após oito edições, assumiu uma dimensão europeia num formato de "Champions League" da eco-inovação alimentar. Em entrevista à "Vida Económica", Carla Teixeira, coordenadora executiva da 'Knowledge Division' da PortugalFoods, explica: "o prémio tem a ambição de promover a eco-inovação, empreendedorismo e competitividade no setor agroalimentar à escala europeia". O balanço é "francamente positivo".

TERESA SILVEIRA

teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica - Como é que surgiu o Prémio ECOTROPHELIA Portugal e quais são os objetivos?

Carla Teixeira - O Prémio ECOTROPHELIA foi fundado em França no ano de 2000 e, após oito edições, assumiu uma dimensão europeia num formato de "Champions League" da eco-inovação alimentar. Desde então, são vários os países europeus que dinamizam e participam nesta competição onde, até 2017, Portugal não tinha nenhuma representação. Precisamente de olhos postos no desafio que o prémio lança

aos estudantes do ensino superior e nas competências que estimula, entendemos que Portugal tinha todas as condições para se juntar à competição, dinamizando a nível nacional um ecossistema de excelência para a eco-inovação alimentar capaz de impactar na formação dos futuros profissionais do setor. É nosso entendimento que este ecossistema deve promover dinâmicas colaborativas entre estudantes, academia e indústria orientadas para desafios de mercado, necessidades do consumidor e contextos profissionais multidisciplinares. O prémio tem, assim, a am-

bição de promover a eco-inovação, empreendedorismo e competitividade no setor agroalimentar à escala europeia - através deste modelo de competição - reunindo e desafiando estudantes, docentes, investigadores e profissionais do setor agroalimentar a refletir sobre os produtos eco-inovadores do futuro.

VE - Quantas equipas participaram no Prémio ECOTROPHELIA Portugal 2018?

CT - Em 2018, na sua segunda edição, o Prémio Ecotrophelia somou 16 equipas que submeteram a sua candidatura, das quais 10 foram eleitas finalistas. Estes números representam um total de 78 estudantes provenientes de 14 instituições de ensino superior português e mais de 17 áreas de formação. Quanto à adesão, ela deve ser medida em vários aspetos e o balanço é francamente positivo. A edição de 2018 veio consolidar toda a novidade associada à primeira edição, algo que se traduz naturalmente num número de candidaturas estável, mas mais robustas. A expectativa passava igualmente por desafiar e envolver mais entidades da academia e da indústria, o que se

concretizou. Houve possibilidade de estender o 'roadshow' do prémio de norte a sul de Portugal e daí resultaram candidaturas. Por outro lado, registámos maior interesse da indústria, que se traduziu num maior número de parceiros e empresas atentas aos próximos desenvolvimentos. Sentimos que elevámos as expectativas para a próxima edição. Temos pela frente um grande desafio e uma terceira edição que promete.

VE - A nível organizativo, quais foram as principais inovações face à primeira edição?

CT - Por um lado, implementámos um comité de pré-seleção, recorrendo a uma bolsa de peritos externos, cuja missão foi eleger as 10 equipas finalistas que se defrontaram na competição nacional. Por outro, promovemos o 'ECOTROPHELIA Empowerment Day', um dia onde foram abordados variados temas, desde o patenteamento do produto até ao marketing alimentar e à internacionalização do produto, não

esquecendo a forma de comunicar. Este dia teve como objetivo a capacitação dos estudantes com chamadas de atenção para valências fulcrais na valorização dos seus projetos no presente e no futuro. Naturalmente que foi também um dia importante de preparação das equipas para as avaliações.

VE - Existe algum produto criado por uma equipa portuguesa que entretanto tenha sido industrializado/comercializado?

CT - Volvidos apenas pouco mais de 12 meses desde a primeira edição do prémio, temos conhecimento que grande parte das equipas concorrentes pretende manter o projeto no ativo, ambicionando a sua comercialização ou a criação de uma 'start-up' ou até a valorização do projeto através de colaboração com empresas. Não há ainda nenhum produto que tenha sido industrializado, até porque este é um caminho trabalho, desafiante e nem sempre tão célere quanto desejamos.

Carla Teixeira, coordenadora executiva da 'Knowledge Division' da PortugalFoods.



Carla Teixeira, coordinatrice exécutive de la 'Knowledge Division' de PortugalFoods.

# Prix ECOTROPHELIA Portugal: "le bilan est franchement positif"

Le Prix ECOTROPHELIA Portugal lancera sa troisième édition en 2019. Il a été inspiré par l'ECOTROPHELIA, fondé en France en 2000, et qui, après huit éditions, a pris une dimension européenne sous un format type « Champions League » de l'éco-innovation alimentaire.

Dans une interview à « Vida Económica », Carla Teixeira, coordinatrice exécutive du département Knowledge de PortugalFoods, explique: « Le prix a l'ambition de promouvoir l'éco-innovation, l'entrepreneuriat et la compétitivité dans le secteur agroalimentaire à l'échelle européenne. »

TERESA SILVEIRA

teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica - Comment le prix ECOTROPHELIA Portugal a-t-il été créé et quels sont ses objectifs?

Carla Teixeira - Le prix ECOTROPHELIA a été créé en France en 2000. Après huit éditions, il a pris une dimension européenne sous un format type Champions League de l'éco-innovation alimentaire. Depuis lors, plusieurs pays européens participent et dynamisent cette compétition où, jusqu'en 2017, le Portugal n'avait aucune représentation. Lorsque l'on se penche sur le défi que représente le prix pour les étudiants de l'enseignement

supérieur et les compétences qu'il stimule, nous comprenons rapidement que le Portugal réunit toutes les conditions lui permettant de se joindre à la compétition, stimulant, au niveau national, un écosystème d'excellence dans le domaine de l'éco-innovation alimentaire capable d'impacter sur la formation des futurs professionnels du secteur.

Nous considérons que cet écosystème devrait promouvoir une dynamique de collaboration entre les étudiants, les universités et l'industrie orienté vers les défis du marché, les besoins des consomma-

teurs et l'environnement professionnel multidisciplinaire. Le prix a donc l'ambition de promouvoir l'éco-innovation, l'entrepreneuriat et la compétitivité dans le secteur agroalimentaire à l'échelle européenne - grâce à ce modèle concurrentiel - rassemblant et mettant au défi les étudiants, enseignants, chercheurs et professionnels du secteur agroalimentaire - afin de réfléchir sur les produits Eco-innovants du futur. De cette manière, le prix lance un défi très concret aux équipes: développer un nouveau produit alimentaire innovant et durable, depuis le concept, la formulation, la production et le conditionnement jusqu'aux plans marketing et commerciaux.

VE - Combien d'équipes ont participé au Prix ECOTROPHELIA Portugal 2018?

CT - Lors de sa deuxième édition, en 2018, le prix Ecotrophelia comptait 16 équipes candidates, 10 d'entre elles sont allées en finale. Ces chiffres représentent un total de 78 étudiants de 14 établissements d'enseignement supérieur portugais et plus de 17 domaines de formation. Quant à la participation, elle doit être mesurée sous différents angles mais le bilan est franchement positif.

L'édition 2018 a consolidé l'effet « nouveauté » associé à la première

édition, ce qui s'est traduit par un nombre de candidature stable mais des propositions plus solides. Les attentes passaient également par le défi et l'implication de plus d'entités académiques et industrielles, ce qui s'est concrétisé. Le « roadshow » du prix s'est étendu du nord au sud du Portugal ce qui a suscité davantage de candidatures. D'autre part, nous avons enregistré un plus grand intérêt de la part de l'industrie, ce qui s'est traduit par un plus grand nombre de partenaires et d'entreprises attentifs aux prochains développements. Nous pensons avoir suscité un fort intérêt en vue de la prochaine édition. Nous sommes face à un énorme défi et dans l'attente d'une troisième édition qui promet.

VE - En terme d'organisation, quelles ont été les principales innovations par rapport à la première édition?

CT - D'une part, nous avons mis en place un comité de présélection, composé d'un groupe d'experts externes, dont la mission était de sélectionner les 10 équipes finalistes qui se sont affrontées lors de la compétition nationale. D'autre part, nous avons fait la promotion de la « Journée ECOTROPHELIA empowerment », journée où ont été abordés divers sujets, des brevets au produit en passant par la commercialisation des produits alimentaires et l'internationalisation

des produits, sans oublier la communication. Cette journée était destinée à la formation des étudiants avec des rappels concernant les éléments fondamentaux à une meilleure valorisation de leurs projets actuels et futurs. Naturellement, ce fut également une journée importante de préparation des équipes pour les évaluations.

VE - Si l'on considère les deux éditions du concours, existe-t-il un produit créé par une équipe portugaise qui ait entre-temps été industrialisé / commercialisé?

CT - Un peu plus de 12 mois après la première édition du prix, nous sommes conscients que la plupart des équipes en compétition ont l'intention de maintenir leur projet, visant sa commercialisation, la création d'une start-up ou encore la valorisation du projet par le biais d'une collaboration avec une entreprise. Il n'y a toujours pas de produit industrialisé, même s'il s'agit d'un parcours difficile et pas toujours aussi rapide que nous le souhaiterions. Cependant, nous pouvons citer l'exemple du projet Toal Ecobebidas qui, après avoir obtenu la deuxième place du prix ECOTROPHELIA en 2017, a intégré un processus d'incubation, en développant d'autres produits complémentaires pour sa marque, en plus des deux projets initialement développés pour le concours visant une place sur le marché.



## Bean Ready venceu edição 2018 do prémio Ecotrophelia Portugal

Bean Ready. Uma feijoada vegetariana, pronta-a-comer, rica em fibra, proteína, com baixo colesterol e confeccionada com produtos tradicionais portugueses, ganhou a edição de 2018 do prémio Ecotrophelia Portugal.

"Pretendíamos desenvolver um produto que adequasse uma refeição tradicional portuguesa às novas tendências do mercado, como, por exemplo, o aumento do consumo de leguminosas e uma maior procura por refeições alternativas e saudáveis. Assim, surgiu a ideia de desenvolver uma feijoada vegetariana que não tivesse a presença de qualquer elemento de origem animal, mas igualmente saborosa como a nossa feijoada portuguesa", disse Patrícia Soares, uma das quatro alunas universitárias que encabeçaram este projeto: três do primeiro ano de mestrado em Engenharia Alimentar da Escola Superior de Biotecnologia da Universidade Católica do Porto (ESB-UCP) e uma do primeiro ano de mestrado em Gestão da Universidade do Minho (UM).

Já em outubro, estas vencedoras vão representar Portugal na competição europeia do prémio Ecotrophelia na feira SIAL Paris, em França.

Questionadas sobre as expectativas para a final e se acreditavam que era possível vencer, Patrícia Soares explica: "nós acreditávamos no potencial da nossa ideia e trabalhamos muito para

desenvolver o melhor projeto possível, mas também tínhamos consciência de que todos os projetos eram muito bons". Ainda assim, disse, "o segredo da nossa vitória foi empenharmo-nos ao máximo em todas as etapas e defendermos o nosso produto e todo o conceito por detrás dele". Agora, toda a equipa Bean Ready está "focada na final europeia, mas a comercialização do produto é um dos nossos objetivos".

Além do primeiro prémio, o júri atribuiu o segundo prémio à 'Leguté'. A equipa, constituída por quatro alunos do mestrado em Biodiversidade e Biotecnologia Vegetal do Departamento de Ciências da Vida da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra, concebeu uma gama composta por três variedades de patês – feijão, ervilha e tremço – 100% naturais, ricos em proteína, fibra, vitaminas e antioxidantes e com baixo teor de gordura e zero colesterol.

O terceiro prémio e a menção honrosa foram ambos entregues à equipa 'Dreches Salt&Dreche', constituída por alunos da Faculdade de Ciências da Universidade do Porto e da Escola de Arquitetura da Universidade do Minho. Os alunos desenvolveram um 'snack' salgado, composto por 'dreches' – resíduos da fabricação de cereais – e especiarias, estas consideradas "o primeiro elemento inovador deste produto".

## Bean Ready a remporté l'édition 2018 du prix Ecotrophelia Portugal

Bean Ready. Une feijoada végétarienne, prête à consommer, riche en fibres, en protéines et faible en cholestérol fabriquée à base de produits traditionnels portugais, a remporté l'édition 2018 du prix Ecotrophelia Portugal.

«Nous voulions développer un produit regroupant à la fois tradition et nouvelles tendances du marché, telles que la consommation accrue de légumineuses et une demande croissante concernant les repas sains et originaux. Ainsi, l'idée de développer une feijoada végétarienne dont la composition ne compte aucun produit d'origine animale, mais tout aussi savoureuse que notre feijoada portugaise » a déclaré Patrícia Soares, l'une des quatre étudiantes universitaires qui ont dirigé ce projet: trois de première année. (ESB-UCP) et une de première année de maîtrise en gestion de l'Université de Minho (UM).

Dès Octobre, les gagnants représenteront le Portugal lors du concours européen du prix Ecotrophelia au salon SIAL Paris en France.

Interrogées sur leur attentes concernant la finale et leur chances de gagner la finale, Patrícia Soares explique: «Nous avons cru au potentiel de notre idée et avons travaillé dur pour développer le meilleur projet possible, nous étions

conscients que tous les projets étaient très bons". Elle ajoute « le secret de notre victoire a reposé sur un effort maximum à chaque étape afin de défendre notre produit et tout le concept qui l'englobe. « L'ensemble de l'équipe Bean Ready est désormais concentrée sur la finale européenne, mais la commercialisation du produit est l'un de nos objectifs ».

En plus du premier prix, le jury a décerné le deuxième prix à «Leguté».

L'équipe, composée de quatre étudiants de Master en Biodiversité et Biotechnologie Végétale du Département de Sciences de la Vie de l'Université des Sciences et Technologies de de Coimbra, a conçu une gamme composée de trois variétés de patés - haricots, pois et lupins - 100% naturels, riche en protéines, fibres, vitamines et antioxydants avec une faible teneur en graisse et sans cholestérol.

Le troisième prix ainsi que la mention honorable ont été remis à l'équipe «Dreches Salt & Dreche», composée d'étudiants de la faculté des sciences de l'université de Porto et de l'école d'Architecture de l'Université du Minho. Les étudiants ont mis au point une collation salée composée de «dreches» (résidus de céréales) et d'épices, considérés comme «le premier élément innovant de ce produit».

