

sabor saudável

Edição nº 16 - Fevereiro e Março/2015

Ceraflame
cookware

LANÇAMENTOS 2015!

MANIA DE BRASIL

Um tour por Fernando de Noronha



Available on the
App Store



EDITORIAL

O mês de fevereiro é sempre recheado de novidades. É durante ele que lançamos novas linhas e produtos em duas grandes feiras de decoração, gastronomia e utilidades para o lar: uma delas é realizada na Alemanha e a outra em São Paulo. No decorrer das próximas páginas você vai saber mais sobre estes eventos e também conhecer, em primeira mão, alguns dos lançamentos da Ceraflame e da MondoCeram! Como de costume, a Sabor Saudável está incrível, cheia de dicas para o seu dia a dia. Nessa edição de número 16 você confere uma deliciosa receita de lagarto recheado, feita com muito carinho pela equipe do Estúdio Gastronômico Luna Garcia, um grande parceiro nosso. Além disso, vai fazer um tour pela paradisíaca Fernando de Noronha, a viagem dos sonhos de muitos brasileiros e estrangeiros! Para as mulheres, dicas de como evitar a contaminação por vírus na manicure... muita gente nem imagina, mas compartilhar alicates, palitos e até mesmo lixas de unha pode resultar em um grande problema à saúde. Ah, nessa edição também temos a estreia do Chef Fred Tibau, do Programa Estrelas, como colunista fixo da nossa Revista. E tem muito mais conteúdo para você, caro leitor. Delicie-se nas próximas páginas! Compartilhe nossa revista com seus familiares e amigos. Boa leitura e até abril!

EXPEDIENTE:

Empresa: Certa Cerâmica

Departamento de Marketing: Kilian Schroeder e Juliana Kursancew

Empresa Responsável: Pontuale Comunicação & Marketing

Jornalista Responsável: Caroline Augusta de Andrade Michel (DRT PR 8676)

Projeto Gráfico: Fabiane Salomon

Fale conosco: sacc@certaceramica.com.br

ÍNDICE

04 NOSSA EMPRESA
Feiras: Ambiente e ABUP Show

06 NOVIDADES SÓ PARA VOCÊ

09 GASTROMANIA
Lagarto Recheado

10 CONVERSANDO COM
Sabrina Olivetti

12 CLIENTE DESTAQUE
Schipper & Thompson

14 COLUNA
Chef Fred Tibau

16 VOCÊ SABIA?
O que é freeganismo?

18 COLUNA
Luna Garcia

20 ESPAÇO DO PARCEIRO
Restaurante Filón - Alemanha

22 MANIA DE BRASIL
Fernando de Noronha: um sonho para realizar!

24 SAÚDE
Como evitar a contaminação por vírus na manicure?

26 SUA CASA EM HARMONIA
Você sabe qual é a cor de 2015?

28 COLUNA DO CHEF
Paulo Hruschka

NOSSA EMPRESA

Feiras: Ambiente e ABUP Show



Foto: divulgação | Stand Ceraflame - ABUP Show 2015

O mês de fevereiro é sempre recheado de muitas novidades para nossa empresa, afinal de contas é nele que acontecem duas das mais importantes feiras do mundo para os setores de gastronomia, decoração e utilidades para o lar. Nossa primeira parada foi na cidade de Frankfurt, na Alemanha, onde participamos da Feira Ambiente entre os dias 13 e 17.

Para quem não sabe, a Ambiente é uma das maiores e mais importantes feiras do mundo para estes mercados. Já em solo brasileiro participamos, entre os dias 21 e 24 de fevereiro, da ABUP SHOW, evento que é realizado duas vezes ao ano pela Associação Brasileira das Empresas de Utilidades e Presentes.

Lipton

**UM CHÁ COM QUALIDADE
INCOMPARÁVEL,
DO CULTIVO A XÍCARA.**

Além de linhas e cores novas, nossa empresa apresentou nos eventos alguns complementos para as linhas já existentes. “Apesar do nosso processo produtivo contar com equipamentos de alta tecnologia, o diferencial que garante a exclusividade das nossas peças é o trabalho manual dos nossos colaboradores. Decoração e colagem de alças, por exemplo, são processos feitos à mão. O resultado são produtos inovadores e exclusivos. E é esse diferencial que fizeram toda a diferença para os visitantes dessas feiras”, explica Kilian Schroeder, gerente da Ceraflame.

Com a participação na Ambiente, na cidade de Frankfurt, tivemos a oportunidade de expandir ainda mais nossos negócios. Atualmente, já exportamos para mais de 15 países, entre eles Alemanha, Rússia, Inglaterra e Egito, mostrando lá fora todo o potencial da indústria brasileira e a qualidade única de nossos produtos. Já na ABUP, garantimos aos lojistas brasileiros novidades para conquistar os mais exigentes consumidores.

E, muito em breve, os consumidores poderão encontrar nas lojas do país todas as novidades que preparamos para este ano. Nas próximas páginas da Sabor Saudável você vai conferir nossos lançamentos em primeira mão.



A marca de chá favorita das Américas

- Chás 100% naturais, sem aditivos, preservativos ou corantes.
- Produzido somente com as melhores folhas de chá.
- Ricos em flavonóides e antioxidantes.
- Puro sabor, quente ou gelado.

LATINEX
INTERNATIONAL

41 3022 7273 :: www.latinex.com.br
sac@latinex.com.br

NOVIDADES SÓ PARA VOCÊ

Linha Martelada (Hammered)

Uma novidade que chegou para encantar o mercado de decoração, gastronomia e utilidades para o lar. A Linha Martelada, da Ceraflame, é inspirada nos tradicionais Ibriks feitos de cobre martelado. A linha, que é a primeira da marca com texturas feitas à mão, tem chaleira com capacidade para até 1700ml, xícara de 150ml com pires e Ibriks de 240ml, 350ml, 500ml e 650ml e está disponível nas cores Preto, Alecrim, Pomodoro e Chocolate. Vale lembrar que as peças são feitas a partir de cerâmica atóxica e 100% resistentes a choques térmicos.



Foto: divulgação

Linha Cafés do Brasil:

Para os amantes de um bom café, uma linha perfeita: a Cafés do Brasil. Com textura diferenciada e decorada com a marca Cafés do Brasil, a linha da MondoCeram vem acompanhada da alta qualidade e da originalidade de um produto 100% brasileiro. Feita de cerâmica, é formada por: xícara expresso 70ml com pires, xícara 150ml com pires, caneca 250ml, porta sachê, pote de café e açucareiro! Delicie-se com esta novidade.



Foto: divulgação

Saleiro e Pimenteiro:

Agora nosso time está completo! Disponíveis nas decorações da Linha Pé de Lata, da MondoCeram, e nas cores da MondoCeram Gourmet, apresentamos para vocês o saleiro e o pimenteiro lata. Peças que não podem faltar em nenhuma mesa. Criatividade e exclusividade para os consumidores.



Foto: divulgação

Mini Caçarolas:

Disponíveis em 350ml e 550ml, as mini caçarolas de cerâmica da MondoCeram Gourmet chegaram esbanjando charme. Ideais para porções individuais, seja em casa ou no restaurante, elas são também perfeitas para fusion cuisine. As peças estão disponíveis em 12 cores.



Foto: divulgação

Novas Cores:

A MondoCeram Gourmet apresenta quatro novas cores. Além do verde, que deixa o ambiente da cozinha mais alegre, agora os consumidores também podem combinar os produtos da marca - preto, chocolate e alecrim - com as peças inovadoras e exclusivas da Ceraflame, garantindo às mesas ainda mais qualidade, beleza e funcionalidade!



Foto: divulgação

visite nossa loja virtual
www.bottargagold.com

*Para os Asiáticos Karasumi,
para os Italianos Bottarga,
para os franceses Pontargue,
para os Gregos Avgotaracho...*

Spaghetthi alla Bottarga Gold



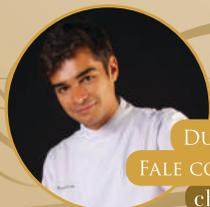
Bacalhau com Bottarga Gold



Bruschetta de Bottarga Gold



*...e para os brasileiros,
Bottarga Gold!
O nosso
verdadeiro caviar.*



DUVIDAS E RECEITAS:

FALE COM O CHEF HINDRIGO LORRAN

chef@bottargagold.com



47 33 49 8696 - Itajaí - Santa Catarina



BOTTARGA
gold

Uma tradição. Uma iguaria. Um sabor.

GASTROMANIA

Lagarto Recheado

POR Chef Roberta Spinola | Estúdio Gastronômico Luna Garcia

Rendimento: 06 porções

Tempo de preparo: 1 hora

Ingredientes:

1 peça de lagarto inteira (aprox. 1.2kg)

300 gramas de bacon moído

½ xícara de azeitonas verdes picadas

Sal o quanto baste

Manteiga

Modo de fazer:

Faça um corte no centro do lagarto e abra um buraco na profundidade da peça, sem cortá-la por completo. Passe sal por dentro e por fora. Moa o bacon e misture as azeitonas, preenchendo o buraco feito na peça. Frite numa caçarola da Ceraflame até que doure por fora. Termine de assar a peça em forno pré-aquecido a 180 graus por 40 minutos. Bom apetite!



CONVERSANDO COM

Sabrina Olivetti

Blog Coisas de Diva | www.coisasdediva.com.br

Moedas, selos, canetas, latinhas e canecas. Para muitos são objetos que não têm muito valor ou importância. Para os colecionadores de plantão, eles representam muito, algumas noites de sono. A arte de colecionar geralmente surge nas pessoas de maneira espontânea, mas também pode vir de um hábito familiar, é o caso de quem assume coleções herdadas por gerações.

E para ser colecionador não precisa ter um perfil determinado. Crianças, adultos e até mesmo idosos podem ser exímios colecionadores. É o caso da nossa entrevistada Sabrina Olivetti, do Blog Coisas de Diva, que divulga os principais lançamentos em roupas e cosméticos, além de dar dicas de ouro para a mulherada.

Sabrina e mais duas amigas recebem produtos das melhores e maiores marcas do mundo, testam e postam seus comentários na rede. Aos 36 anos, a Curitiba-bana falou com nossa equipe de reportagem sobre o Blog, que se tornou um grande negócio e, é claro, sobre sua coleção de canecas, que ficou ainda mais especial com a chegada de um modelo da MondoCeram.

Há quanto tempo existe o Coisas de Diva?

O Coisas de Diva completou 6 anos em dezembro de 2014. Nós sempre conversamos sobre maquiagem e beleza com as amigas, trocando links de blogs e vídeos no YouTube. Criar o blog foi como uma extensão dessas conversas com as meninas. Agora, em vez de trocar dicas só com nosso grupo de amigas, trocamos informações com mulheres de todo o Brasil e até mesmo do exterior.

Tem ideia de quantos produtos rece-

bem ao mês para fazer resenhas?

A quantidade de press kits que recebemos depende da época do ano. Existem épocas que as marcas lançam mais coisas e outras que não existem tantas novidades.

Quantas pessoas seguem o blog, facebook e instagram atualmente?

No Facebook são 145.000, no Instagram são 73.000 e no YouTube 16.900. Atualmente o blog tem em torno de 75.000 visualizações por dia.

A que você atribui este sucesso?

Acho que foi um misto de sorte e trabalho bem feito. Quando criamos o blog não existiam muitos no segmento de beleza, então foi uma boa hora para começar. Também sempre tivemos o compromisso de atualizar o blog duas vezes ao dia, com conteúdos interessantes e fotos caprichadas. Ao longo do tempo o blog foi se profissionalizando e fomos ajustando o conteúdo conforme os desejos das leitoras.

Como surgiu a vontade de colecionar canecas?

Comprei minha primeira caneca em 1996 durante uma viagem e achei que seria uma forma legal de ter uma lembrança útil dos lugares que visitava.

Quantas canecas você tem?

Em torno de 70.

Você sabe a história de todas elas?

Sim! A graça maior em colecioná-las é ter a lembrança de onde ela foi comprada ou a situação em que me foram presenteadas.

Você usa as canecas da sua coleção ou elas estão apenas para “decoreação”?

Uso todas. Todo dia escolho uma diferente para tomar o café da manhã e o chazinho da tarde.

Além de canecas, você coleciona alguma outra coisa?

Coleciono mapas dos lugares para onde viajo.

Já conhecia a MondoCeram?

Não conhecia a marca antes de comprar uma caneca.

O que achou da peça?

Gosto de canecas diferentes ou com um design bacana. Comprei o primeiro modelo porque achei o visual muito criativo, imitando uma latinha amassada, uma graça só! Acredito que além da qualidade do material, o design diferente e criativo é um dos pontos de destaque da MondoCeram.

“Acredito que além da qualidade do material, o design diferente e criativo é um dos pontos de destaque da MondoCeram.”

- Sabrina Olivetti



Caneca Lata Am. Ambassador 220ml | Foto: Estúdio Gastronômico

CLIENTE DESTAQUE

Schipper & Thompson



Equipe Schipper & Thompson | Foto: divulgação

Nosso cliente destaque desta edição teve o início da sua história em 1992. A marca foi fundada pelo austríaco Gerfried Schipper para prestar serviços de consultoria para hotéis, restaurantes, bares, catering e cozinhas industriais. Esse mercado, até então pouco explorado, serviu de cenário para que os sócios Gerfried Schipper, Frank Kreppel e Sérgio Pimenta aplicassem o melhor de seus conhecimentos e experiências para contribuir com o crescimento da empresa e deste segmento no Brasil. Em 1994,

com a elevação do nível de exigência dos consumidores da indústria do turismo e alimentação, tornou-se necessária a venda de equipamentos e utensílios profissionais com padrões internacionais. Nasceu assim, a vertente comercial da empresa que, após uma grande pesquisa de fornecedores nacionais e estrangeiros, tornou-se também, importadora e distribuidora para todo o Brasil das melhores marcas e equipamentos do ramo. Um ano depois a Schipper toma novos rumos.

O sucesso da empresa exigiu a ampliação através de equipes de vendas localizadas nas principais cidades do país. Em 2001 os sócios comemoraram a abertura da filial em São Paulo, com escritório de consultoria e atendimento, além de um completo Show-Room. Seis anos depois a empresa inaugura sua sede própria com aproximadamente 2.500m² na zona industrial de Brasília e abre a loja Mr. Schipper para atender ao profissionais, pessoas físicas e gourmets da região e de todo o Brasil. No ano de 2009 começou a exportar para hotéis da América do Sul. Já em 2013, composta por quase 100 colaboradores, a Schipper assume a liderança em implantações hoteleiras e ocupa posição de destaque na América do sul, fornecendo produtos e serviços para Hotéis, Restaurantes, Hospitais e Cozinhas industriais, inclusive para a Copa das Confederações. No ano passado, graças a importante participação como fornecedora de inúmeros itens para a Copa do Mundo e ao relevante crescimento das implantações e reposições, a empresa registrou o seu maior crescimento.

Segundo o diretor Fran Kreppel, atualmente a maior demanda de vendas da

empresa está concentrada nos mercados hoteleiro e de restaurantes. Para os próximos anos, ele garante que os planos de expansão são ousados. “Embora estejamos em crise, há uma quantidade significativa de empreendimentos a serem implantados nos próximos 24 meses. Temos ainda as Olimpíadas do Rio de Janeiro em 2016 que promete aquecer bastante o cenário”, explica.

Para Kreppel, o maior marco na história da empresa foi em 2014, quando conquistaram seu recorde de faturamento logo após ser eleita como a melhor fornecedora de utensílios de Cozinha, mesa e Bar para Hotéis pela Revista Hotéis.

Desde 2014 a Schipper trabalha com os produtos da Ceraflame. Para os sócios, os grandes diferenciais das nossas peças são a beleza, a alegria das cores e a resistência a choques térmicos. “Estamos otimistas com a parceria com a Ceraflame. Já apresentamos os produtos em feiras dos setores nos quais atuamos e em breve vamos mostrar as peças junto aos operadores hoteleiros. Se depender da Schipper essa parceria vai longe”, finaliza Frank.

“Estamos otimistas com a parceria com a Ceraflame. Já apresentamos os produtos em feiras dos setores nos quais atuamos e em breve vamos mostrar as peças junto aos operadores hoteleiros. Se depender da Schipper essa parceria vai longe”

- Frank Kreppel

COLUNA

Chef Fred Tibau

Olá pessoal! É com enorme prazer que eu recebo o convite para fazer parte dessa revista. Meu nome é Fred Tibau, sou chef de cozinha do programa Estrelas (da Rede Globo), professor do Senac Rio de Janeiro, além de ter um buffet em que faço festas para o BBB, por exemplo. Estou na área gastronômica desde 2000 quando tive meu primeiro contato com uma cozinha profissional. Naquela ocasião estava fazendo graduação em publicidade e não estava satisfeito com o curso, tinha a ideia de morar fora do país e precisava de trabalhar para isso. Um amigo me ofereceu emprego de garçom em um restaurante badalado do Rio. Eu aceitei e meses depois troquei de curso para Gastronomia. Na época só havia uma universidade e estava na terceira turma, foi amor no primeiro corte.

Durante o curso fiz alguns estágios, assinei um cardápio de Pizzas com um amigo e desde então não parei mais. Conclui o curso em 2005 e, em 2006, fui morar fora. Passei dois anos na Austrália e um ano em Portugal para adquirir experiência e, na volta para o Brasil em 2009, entrei logo para um restaurante Italiano. Não durou muito pois tive que sair para participar do programa da Ana



Chef Fred Tibau | Foto: divulgação

Maria Braga, o Super Chef. Daí pra frente recebi o convite para entrar no Estrelas, programa que estou desde 2010.

Minha ideia aqui é passar um pouco da minha experiência, dar dicas, falar sobre ingredientes, feiras e tudo mais que envolve a arte de cozinhar. Quando recebi o convite para ser colunista da revista Sabor Saudável topei na hora, pois gosto muito dos produtos Ceraflame, tanto que usamos as panelas, formas, assadeiras e outras peças no programa. Além disso, também acredito muito em leitura digital para qualquer área e essa revista é muito bem executada.

Por enquanto vou ficando por aqui, nos vemos na próxima edição com novidades para vocês.

Abraços!
Fred Tibau



MANTEIGAS PREMIUM GRAN MESTRI

Consumir as manteigas Gran Mestri é o mesmo que fazer uma viagem pela alta gastronomia, ela foi desenvolvida especialmente para os apreciadores da boa manteiga, pelas mãos dos mestres italianos. A matéria prima é procedente de vacas selecionadas dentro dos mais rigorosos padrões de higiene e controle sanitários, onde o bem estar animal está sempre presente. Geramos sustentabilidade através da alimentação a base de pasto. A manteiga Gran Mestri é produzida nos mais altos padrões de qualidade, atendendo os requisitos de normas e padrões internacionais. Nossas embalagens com design diferenciado transmitem o alto padrão. É a primeira manteiga em lata do Brasil com abre fácil.



**PRIMEIRA
MANTEIGA
EM LATA DO
BRASIL COM
ABRE FÁCIL**



Você sabia que:

- A manteiga confere um sabor especial e característico aos pratos onde é utilizada;
- Produzida com creme de leite fresco e fermentos, a manteiga dispensa o uso de conservantes.



O mais nobre dos queijos.

www.granmestri.com.br

VOCÊ SABIA?

O que é freeganismo?

Fonte: Mundo Estranho – Ed. Abril

É um estilo de vida focado em diminuir a participação na economia capitalista e minimizar o impacto causado no meio ambiente. O termo é a fusão de "free" (que tem a ver com liberdade ou ausência de custos em inglês) e "veganism" (prática de não consumir produtos de origem animal), ampliando a resistência ao consumo para além da alimentação. O movimento, descentralizado e baseado mais em práticas individuais do que institucionais, não tem lugar de origem bem definido. O que se sabe é que ganhou força nos anos 90, a partir de iniciativas antiglobalização. Atualmente, os EUA se destacam como polo difusor da prática e pelo número de ações freegan.

Sociedade alternativa - Conheça os pilares do movimento freegan:

ABUSO DO RÉUSO: O dumpster diving (mergulho em lixeiras) serve para buscar alimentos descartados ainda apropriados para consumo. Rola em maior escala nos EUA e em alguns países europeus em que há lixeiras grandes. No Brasil e no resto do mundo, a forma mais comum de recuperar alimentos é frequentando feiras de rua perto da hora de fechar.

DESPERDÍCIO ZERO: Para diminuir o descarte de alimentos e produtos, otimizando o consumo, os freegans apostam em várias iniciativas. Mercados físicos e virtuais para troca de itens, incentivo à construção de jardins e hortas comunitárias e redes de distribuição de produtos de segunda mão são apenas algumas delas.

OCUPAÇÃO URBANA: Os freegans acreditam que a moradia não é um privilégio, mas um direito. Assim, incentivam a ocupação de imóveis abandonados e desocupados. Como contrapartida, geralmente convertem esses espaços em centros comunitários com atividades educativas e artísticas.

VEGANISMO: Os veganos eliminam o consumo de carne e derivados de animais não só de sua dieta mas de sua vida. Isso inclui roupas, produtos de limpeza e de higiene pessoal, cosméticos testados em animais etc. Alguns também se engajam em jardinagem de guerrilha (em espaços abandonados) e cultivo de hortas comunitárias.

100% cerâmica

 100% RESISTENTE A
CHOQUES TÉRMICOS

 TOTALMENTE ATÓXICA

 VAI AO MICRO-ONDAS

 NÃO RISCA

 VAI DIRETO AO FOGO

 MANTÉM O CALOR
POR MAIS TEMPO

Ceraflame

cookware

O sabor de uma vida saudável



www.ceraflame.com.br
0800 644 6444

COLUNA

Luna Garcia

Varejo na minha vida



Minha carreira não aconteceu por acaso, sempre planejei cuidadosamente o meu crescimento profissional e também o da minha empresa. Mas desafios sempre aparecem para nos mostrar que não temos o controle absoluto das coisas. Então, surgiu a oportunidade de trabalhar com o mercado do varejo, que está sendo um divisor de águas, o qual eu não planejei e nem pude evitar.

Desde que a estrutura do estúdio ficou pronta e minha irmã passou a ser sócia, tive mais tempo para prospectar e investir no crescimento técnico do Estúdio Gastronômico. Assim, o estúdio virou referência, a equipe cresceu e as prestações de serviços foram ampliadas. Agora era possível vender o serviço completo. Desenvolvimento de receitas, food styling, produção de objetos, fotografia, tratamento de imagens... tudo que uma empresa precisa para ter seu material com conteúdo e qualidade.

Era sempre elogiada pelo tamanho do acervo, pela diversidade dos fundos fotográficos, pela equipe disponível e atenciosa... tudo estava redondo como dizem. Acontece que havia um nicho de mercado que eu ainda não tinha descoberto, o varejo.

Em meados de 2014, recebi uma ligação para participar de uma concorrência de uma das maiores redes varejistas do Brasil. O volume de trabalho era assustador, porém muito desafiador. Sabia que algumas mudanças teriam que ser feitas caso o resultado fosse positivo, mas não tinha idéia do que estava por vir.

Quando recebi a notícia de que éramos os vencedores e que daquele momento em diante seríamos os fornecedores de todas as imagens que envolviam o GPA, eu fiquei muito feliz e não pensei duas vezes em dizer que já estávamos preparados. Acontece que não... o volume de

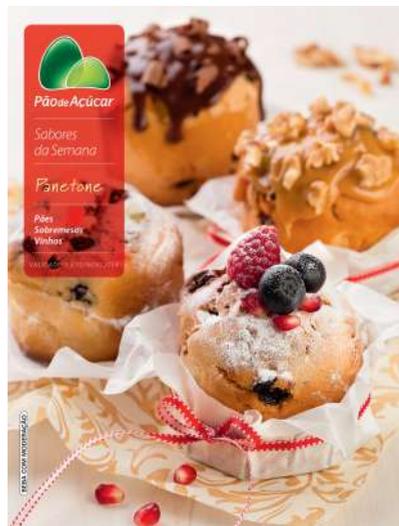


Foto: Estúdio Gastronômico

trabalho, ainda mais com os especiais de Natal e Ano Novo, era gigante. Minha equipe e meus equipamentos não davam nem para o começo... as fotos eram complexas, meu acervo, minha expertise e agilidade ficaram pequenos aos olhos da agência.

A ficha caiu, precisava agir rápido. Não tinha ideia de como esse mercado funcionava e eles não iriam perdoar minha inexperiência. Tinha a equipe certa, que me apoiava, que trabalhava incessante enquanto fosse necessário, mas isso não seria o suficiente... Corri, estudei, contratamos mais gente, fizemos novos parceiros e investimos sem economia em novos equipamentos. Tudo isso em uma ou duas semanas...

Demos conta!

Hoje, depois do varejo na minha vida, estou mais forte e o estúdio mais experiente e capacitado. Entendo melhor que não temos o controle como imaginamos, que a qualquer momento pode aparecer uma oportunidade que aparentemente nos fará pequenos, quase amadores diante daquilo... Os divisores de água, as grandes oportunidades aparecem e só temos aquele momento para agarrá-las!

É assim que crescemos e nos tornamos mais fortes.
Depois a calma, pelo menos por enquanto...



Foto: Estúdio Gastronômico

Foto: Estúdio Gastronômico

ESPAÇO DO PARCEIRO

Restaurante Filón – Alemanha

Chef Fabio Cunha



Chef Fabio Cunha | Foto: divulgação

Há quase dez anos abrimos nossa primeira loja (restaurante) em um conceituado bairro em Blankenese, na Alemanha. Nosso espírito sempre foi voltado para arte de servir! Um restaurante espanhol, uma comida saborosa, bons vinhos e, é claro, a champagne.

A ideia era fazer uma boa mistura entre Brasil e Espanha. Competir com os grandes restaurantes era uma tarefa muito difícil. Então, oferecendo um serviço de qualidade ou até mesmo o carinho brasileiro, é que comemoramos nosso grande sucesso! Naquela época eu tinha apenas uma funcionária. Foi ali que começou uma grande jornada, eram quase 15 horas todos os dias!

Os poucos clientes que tínhamos eram recebidos na porta! Uma tradição que até os dias de hoje faço questão de cultivar, quando possível. Após um ano, aquele simples local virou um ponto de encontro... e nunca mais parou. Nossa equipe cresceu, a casa não! Em 2007 recebemos uma grande reportagem sobre o restaurante (revista Prinz), ocupando as primeiras páginas da revista.

Nela uma matéria sobre nossa comida e nosso atendimento, nos colocando entre os melhores do bairro! A partir daí os nossos trabalhos aumentariam. Não tínhamos mais espaço e as pessoas dividiam os lugares! Nossa comida simples (tipo caseira ou um gourmet elegante), foi um ideal associado com a arte culinária da boa comida (alta cozinha) e vinhos. Deu certo! Nossas vidas mudaram.

Com a demanda de novos cliente fomos obrigados a abrir outro restaurante. Foi um grande

privilégio. Sempre estivemos presente na mídia alemã, o que enriqueceu ainda mais o nosso trabalho! Criamos nosso próprio vinho “Filon tinto e branco” e também um sal que é usado especialmente em nossos pratos. Além da nossa escola de culinária, onde treinamos nossos funcionários e oferecemos cursos de cozinha, também oferecemos nas nossas lojas um moderno partyservice, que leva cozinheiro e garçom na casa do cliente!

Foi em 2008 que tive o imenso prazer de recepcionar e conhecer o fundador da Ceraflame, o Sr. Klaus Schumacher, em nossa loja. A partir desse dia ficamos grandes amigos. Sua visita era sempre motivo de muita alegria, um cliente maravilhoso. Passávamos horas conversando. Ele foi um homem extremamente inteligente e empreendedor. Foi ele quem me apresentou a Ceraflame e seus produtos. Em uma das nossas lojas temos até hoje as travessas oferecidas por ele! Foi assim que começou nossa grande parceria com a marca. Em 2013 recebemos o nosso maior prêmio: O Melhor Restaurante Espanhol da cidade de Hamburgo. E neste mesmo ano fomos classificados entre os 10 melhores de Hamburgo. Como disse o Sr. Klaus “Chegar ao Topo, chegamos todos. Permanecer é difícil”. E ele tinha toda razão.

Minha vida nada mudou... continuo cozinhando, criando os mais exorbitantes pratos e, sempre que posso, faço questão de receber pessoalmente nossos clientes

na porta. Afinal de contas, nosso lema é SPIRIT TO SERVE! E a Ceraflame vem completar todo esse trabalho, contribuindo muito na arte de servir. Nossos clientes foram acostumados de uma maneira muito familiar, onde as porções são grandes e servidas diretamente na mesa, assim como é na Espanha.

As panelas de cerâmica foram para nossa equipe a melhor forma de apresentar um salmão ao forno, com molho de champanh e mostarda francesa. E do forno, elas iam direto à mesa. Com outra panela isso seria impossível. Nossos buffets / catering são montados exclusivamente com a linha Ceraflame. Peças de muita beleza e qualidade.



Foto: divulgação

O fato é que na nossa cozinha não existem grandes segredos, o que faz a diferença é nosso “Espírito de Servir”.

Um grande abraço!
Chef Fabio

MANIA DE BRASIL

Fernando de Noronha: um sonho para realizar!

POR Eduardo Cordeiro: Viaje Aqui – Ed. Abril

Prepare-se para a viagem dos sonhos: Fernando de Noronha tem o mais belo conjunto de praias do Brasil. Não é pouco, principalmente quando se trata de um país com mais de 7000 km de litoral. Por lá as praias são inesquecíveis... no seu roteiro não pode ficar de fora a Baía do Sancho, a Baía dos Porcos e a Praia do Leão. Inesquecível, também, é mergulhar com tartarugas marinhas, navegar lado a lado com golfinhos, observar o pôr do sol a partir das praias do Cachorro, do Meio ou do mirante do Boldró. Prepare-se também para uma viagem nada econômica! A maioria das pousadas da ilha tem pouco conforto e preços altos, assim como os pratos mais básicos dos restaurantes. As taxas ambientais e do Parque Nacional Marinho também aumentam essa conta. Mas não é disso que você vai se lembrar ao entrar no avião, quando voltar para casa. O visual dará conta de garantir um retorno com gostinho de quero mais! Nem que custe caro...



Como faço para chegar?

Há voos para Fernando de Noronha partindo de Natal e Recife. A viagem leva aproximadamente 1h20. Na chegada, você evita uma fila razoável se já tiver pago a taxa ambiental obrigatória pela internet (R\$ 48,20 por dia - no site oficial). Hotéis e pousadas oferecem traslado grátis a partir do aeroporto.

Como passear pela ilha?

A ilha não é extensa, mas não dá para circular somente a pé. Leva vantagem quem fica na Vila dos Remédios, em Floresta Nova ou no Sueste, por conseguir chegar caminhando até a praia. Para ter liberdade total, o ideal é alugar um bugue, a diária custa entre R\$ 150 e R\$ 200 e a gasolina custa em média R\$ 4,80 o litro. Bicicletas elétricas também são boas opções, custam R\$ 25 para 10 horas de uso. O bacana é que você pode alugar num posto e devolver em outro, sem custo adicional. Também há táxis-bugues que cobram de R\$ 15 a R\$ 37 pela corrida. Pelos 7 km da BR-363 circulam micro-ônibus (R\$ 3) que ligam, a cada 30 minutos, o Porto de Santo Antônio ao Sueste. O velho e bom hábito de pegar carona é comum pela ilha – segurança não é problema.

Dicas para um dia perfeito!

Começa por volta das oito da manhã, no Porto de Santo Antônio. Dali parte o Passeio de Barco que costeia o Mar de Dentro de ponta a ponta. No caminho,

duas atrações imperdíveis: golfinhos nadando ao lado do barco e mergulho na Baía do Sancho. Um almoço no Varanda, na Vila do Trinta, pode ter como sequência um relax nas praias da Conceição, do Meio ou do Cachorro – de qualquer uma você observa o lindo pôr do sol da ilha. Um jantar no Pico pode fechar bem o dia.

Onde me hospedar?

A rede hoteleira de Noronha oferece de tudo, de hospedagens confortáveis a pousadas familiares, com serviço mais informal. A maioria conta com TVs de LCD, frigobar e ar-condicionado silencioso. Leve em conta a localização na hora de fazer a reserva. Nas vilas do Trinta e Floresta Velha há mercadinhos por perto, mas a praia fica mais distante. Quem fica em Floresta Nova e na Vila dos Remédios (o centrinho da ilha) consegue, fazendo caminhadas um pouco puxadas, chegar às praias do Cachorro, do Meio e da Conceição.

Quando devo ir?

As diárias ficam mais baratas entre março e junho, quando chove mais (o que não costuma atrapalhar os passeios). Entre setembro e outubro, o mar é perfeito para mergulhos. E, de dezembro a fevereiro, as ondas favorecem os surfistas.

Partiu arrumar as malas?!

Como evitar a contaminação por vírus na manicure?

Fonte: Dr. Dráuzio Varella

A enfermeira Andreia Schunck, do Hospital Emílio Ribas, em São Paulo, fez uma pesquisa em 100 salões da cidade, escolhidos de modo aleatório e localizados em bairros periféricos e nobres. A ideia do estudo surgiu após ela notar que muitos pacientes com hepatites B ou C que iam buscar tratamento no hospital eram profissionais ligados à área de beleza. Para tentar entender os motivos dessa relação, ela decidiu acompanhar de perto a realidade das manicures e utilizar os dados em sua tese de mestrado. Os resultados impressionam: 8% das profissionais tinham o vírus da hepatite B e 2%, o da hepatite C. Ou seja: uma em cada dez profissionais estava contaminada com o vírus da hepatite.

A pesquisa fez com que o Ministério da Saúde convidasse a autora a escrever uma cartilha direcionada aos profissionais de salão de beleza. Entretanto, apesar de hoje os clientes estarem mais conscientes e exigirem materiais descartáveis, a realidade ainda não é tão animadora, pois grande parte dos estabelecimentos atua de forma irregular, o que dificulta a ação da Vigilância Sanitária. "Há uns dois anos eu visitei 13 estabelecimentos junto com o Dr. Drauzio Varella para uma série do Fantástico e a situação não mudou muito. As clientes ainda não levam todo material. Esquecem o alicate ou a lixa, por exemplo. São raras as manicures que utilizam luvas", diz Andreia. Para evitar a contaminação, tanto as profissionais como os clientes devem estar atento às normas de higiene.



Veja as dicas a seguir:

Dicas para as manicures:

- Lave as mãos por, no mínimo, 40 segundos antes e depois de atender cada cliente.
- Use luvas descartáveis. Troque-as após cada procedimento.
- Esterilize seus instrumentos em autoclaves, pois só assim o vírus é eliminado. Preste atenção na temperatura e no tempo indicados pelo fornecedor do aparelho.
- Exija a vacina contra a hepatite B. Você tem direito de se imunizar contra a doença, basta ir a um posto de saúde. Mas atenção: somente após as três doses recomendadas da vacina você estará imunizada.

Dicas para o cliente:

- Use e exija materiais descartáveis como luvas, lixas, alicate, espátula, protetores de plástico para cubas e bacias.
- Leve sua própria toalhinha e, de preferência, seu próprio material.
- Certifique-se de que o local onde você faz as unhas segue as normas de higiene e possui licença sanitária.



SUA CASA EM HARMONIA

Você sabe qual é a cor de 2015?

Fonte: dcoracao.com

Todos os anos, sempre no mês de dezembro, o instituto de cor Pantone anuncia a cor que ditará a moda - de usar e de morar - para o ano seguinte. Para este ano de 2015 a cor da vez foi a Marsala, um tom de marrom avermelhado.



Foto: dcoracao.com

Muitos não sabem, mas Marsala é o nome de um vinho italiano de cor semelhante. A Pantone justifica a escolha dizendo que a cor é igualmente atraente para homens e mulheres, que destaca muitos tons de pele, e que funciona muito bem nas unhas, maquiagem e cabelos.

Segundo eles, é uma tonalidade que também traz cor e calor para os interiores domésticos. A diretora executiva da Pantone, Leatrice Eiseman acrescenta:

"Marsala é um tom naturalmente perfeito para a cozinha e sala de jantar, sendo uma cor ideal para bancada, pequenos eletro-domésticos e têxteis para toda a casa." Pensando bem, é uma combinação natural também com os cobsres que já são moda há alguns anos, e é uma cor segura, neutra, que aceita bem outras combinações. Um tom perfeito para combinar com as cores Chocolate e Pomodoro da nossa empresa, não acham?

Para relembrar, veja na imagem todas as apostas de cores do ano que a Pantone fez, desde que começou a brincadeira, no ano 2000.

AS CORES DOS ANOS ANTERIORES SEGUNDO A PANTONE

2014 PANTONE® 18-3238 TPX Radiant Orchid	2013 PANTONE® 17-5641 Emerald	2012 PANTONE® 17-1463 Tangerine Tango	2011 PANTONE® 18-2120 Honeyuckle	2010 PANTONE® 15-5019 Turquoise
2009 PANTONE® 14-0048 Mimosa	2008 PANTONE® 19-3943 Blue Iris	2007 PANTONE® 19-1527 Chili Pepper	2006 PANTONE® 13-1106 Sand Dollar	2005 PANTONE® 15-5217 Blue Turquoise
2004 PANTONE® 17-1459 Tigerlily	2003 PANTONE® 14-6511 Aqua Sky	2002 PANTONE® 19-1654 True Red	2001 PANTONE® 17-2033 Fuchsia Rose	2000 PANTONE® 15-6020 Cerisean

Foto: dcoracao.com



Conheça a delicadeza e os encantos de nossas jóias...

...Premiado na Expovinis como melhor espumante do Brasil



VG
VILLAGGIO
GRANDO
Boutique Winery

villaggiogrande.com.br



COLUNA DO CHEF

Paulo Hruschka | paulo@certaceramica.com.br



Olá pessoal, tudo bem?!

Já estamos em fevereiro, mas ainda estou desejando a todos que este ano de 2015 seja muito especial. E, é claro, não poderíamos começar melhor a coluna dessa edição da nossa Revista. Para rebater a ressaca do carnaval, estivemos entre os dias 21 e 24 de fevereiro na ABUP SHOW, em São Paulo, mostrando muitas novidades em cerâmica para nossos visitantes, vocês que estão lendo a Revista também já puderam conhecer os lançamentos. Espero que tenham gostado! Fizemos um agito bem grande



Chef Paulo - ABUP Show 2015 | Foto: divulgação

durante o evento, preparando receitas deliciosas para o público degustar e conhecer a funcionalidade dos nossos produtos.

Hoje vou falar um pouco sobre a arte de cozinhar. Sei que muitos que nos lêem se arriscam na cozinha, alguns são chefs de fim de semana, alguns são chefs do dia a dia. Outros são chefs de coração. Todos nós já lemos ou ouvimos dizer por aí que cozinhar é um ato de amor. E eu tenho que concordar. Acho que no ato de cozinhar colocamos sempre um pouco da gente dentro de nossas panelas, vai um pouco da nossa personalidade, um pouco do nosso humor... uma pitadinha de cada coisa.

Para cozinhar não é necessário saber sobre brunoise, bechamel, demi-glace! Basta querer fazer, e se dedicar. Está certo que pode não dar certo de primeira mas, com certeza, ninguém irá passar fome, rs. Me encontrei na cozinha quando já não era mais tão jovem. Ainda garoto sempre quis ser engenheiro, mas no meio do caminho descobri a cozinha que me encantava. A paixão começou com o churrasco entre amigos e, com o tempo, demos mais alguns passos, passando para as pizzas, massas e assados. Foi

assim que acabei me encantando com aquela química.

Até que um dia resolvi largar tudo e mergulhar neste universo. Passei a trabalhar em restaurantes e fazia gastronomia em uma universidade do sul. Larguei o emprego no departamento comercial de uma empresa de móveis e fui atrás do que eu realmente gostava. Trabalhar de cozinheiro, encarar as panelas e o fogão todos os dias é cansativo, mas sempre no final da noite tínhamos matado um leão e íamos para casa descansar porque no outro dia não seria diferente.

Sempre tenho isso comigo: comida é prazer, tanto para quem come, como para quem prepara. E quem cozinha sabe exatamente do que estou falando. Em 2009 tive o prazer de fazer parte desta equipe maravilhosa que é a CERAFLAME e, com isso, pude conhecer muitas pessoas, lugares e o mais incrível, fiz tudo isso cozinhando.

Cozinhar faz parte do meu DNA. Quando vejo já estou ao lado do fogão, forno, churrasqueira e por aí vai... Esses dias li uma frase que dizia mais ou menos assim: "São poucos os que sabem que melhor que comer, é cozinhar". Acho que é uma frase genial para se definir o que é cozinhar e também para encerrar mais uma coluna.

E você, já se arriscou? Já foi Chef por um dia?

Um grande abraço a todos. Até a próxima.

Foto: Estúdio Gastronômico





Ceraflame

cookware

O sabor de uma vida saudável

Ceraflame cookware

Rua Adolfo Konder, 70

CEP: 89295-000 | Rio Negrinho – SC

SACC: 0800 644 6444 – Fone: 47 3203-5000

sacc@certaceramica.com.br

Acompanhe-nos pelas redes sociais:



www.certaceramica.com.br