

## Top 5 em competição internacional: John Oliveira leva brasilidade para o cenário global da gastronomia

*Conheça a trajetória de amor pela gastronomia que levou o chef sergipano à final do concurso na França*

O chef de cozinha John Oliveira, da Sodexo, colocou o Brasil em evidência no cenário internacional ao alcançar o Top 5 no Cook for Change, competição global que desafia os chefs ao redor do mundo a criarem pratos saborosos e sustentáveis. Realizado em Paris, sede da multinacional francesa, o evento reuniu talentos de diversos países e foi um marco na trajetória de John, que apostou na brasilidade e temperos únicos para apresentar uma *"polenta com queijo de castanha, sagu ao vinho e lentilha caramelizada ao azeite de hortelã"*.

Com um prato que misturou memória afetiva e inovação, o chef demonstrou sua habilidade de transformar ingredientes simples e acessíveis em uma criação sofisticada e sustentável. "Escolhi esses ingredientes porque estão presentes no dia a dia das unidades da Sodexo e possibilitam que o prato seja replicado facilmente em nossas operações. Será uma honra para mim ter um prato meu sendo servido em todas os nossos restaurantes no Brasil e, quem sabe, mundo afora", aponta John.

O resultado não é apenas uma conquista pessoal. Antes de embarcar para a competição, ele participou de workshops e treinamentos com os especialistas da Sodexo e da Rational, empresa referência em soluções para cozinhas profissionais e parceira da Sodexo na competição. O treinamento não apenas contribuiu para aprimorar a receita, mas também elevou ainda mais a aplicação das técnicas culinárias do chef, garantindo que os sabores fossem realçados e destacando a apresentação do prato para representar o que há de melhor na culinária brasileira.

"Os fornos combinados da Rational foram parte essencial na competição, apoiando os chefs a ter mais rapidez e qualidade no preparo das receitas. Aqui no Brasil, estivemos juntos com o time da Sodexo nos treinamentos do chef John, focando no modo de preparo para usar ao máximo a tecnologia dos equipamentos da Rational e permitindo que o chef explorasse ainda mais seu potencial criativo e técnico durante o desafio", aponta Cláudio Pastor, diretor Geral da RATIONAL Brasil.

No Cook for Change, o chef foi desafiado a criar um prato sem ingredientes de origem animal, o que reflete o compromisso da Sodexo de oferecer refeições que sejam saborosas, atrativas e de baixo impacto ambiental, além de incentivar o uso consciente dos ingredientes, evitando o desperdício. "Por meio da alimentação, podemos impactar positivamente o planeta, desde a escolha até o uso integral dos alimentos. E essa competição mostra que é possível preparar pratos deliciosos e surpreendentes à base de plantas. As empresas do *food service* precisam assumir esse compromisso e buscar maneiras de proporcionar refeições deliciosas ao mesmo tempo em que consideram o impacto no planeta", aponta Marina Prevedello, gerente da Plataforma Food da Sodexo no Brasil,.

### **Alimentação sustentável**

As receitas sustentáveis, como as desenvolvidas pelo chef John Oliveira, têm se tornado uma demanda crescente entre os consumidores, conforme aponta a 2ª edição da pesquisa internacional de sustentabilidade Food Barometer, conduzida pela Sodexo em parceria com o Instituto Harris Interactive em cinco países – França, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil e Índia. O estudo revela que 91% dos brasileiros veem a alimentação sustentável de maneira otimista, bem acima da média global de 74%.

A Food Barometer também indica, que, globalmente, 29% dos entrevistados esperam que a indústria de *food service* lidere a transição para dietas mais sustentáveis, mostrando um aumento de oito pontos em relação à edição anterior, realizada em 2023, com prioridade em ações como a redução do desperdício (50%), o uso de produtos locais (41%) e ingredientes de práticas agrícolas sustentáveis (40%).

Entre os brasileiros mais engajados, as ações concretas que poderiam ser implementadas ou sistematizadas por participantes da indústria de *food service* para convencer as pessoas mais relutantes a consumir produtos mais sustentáveis são a divulgação de ideias de receitas usando produtos sustentáveis, para 55%, e comunicar as informações nutricionais do prato/produto, para 55%.