

Marcas & Negócios



CANTUCCI OSTERIA

Cozinha com identidade italiana

Nascido em 2011, o Cantucci Osteria atravessou diferentes fases ao longo dos anos até se consolidar como uma das referências da gastronomia italiana em Brasília. A trajetória, marcada por transformações no conceito e na operação, chega agora aos 15 anos com três unidades em funcionamento — Asa Norte (CLN 403), Asa Sul (CLS 108) e Águas Claras (Av. das Araucárias, 635) — e uma identidade cada vez mais ligada à produção artesanal e à releitura de clássicos da Itália.

A história da marca começou de forma diferente do restaurante que existe hoje. “Nascemos como um caffè”, conta Rodrigo Melo, chef e sócio-fundador. A chegada de Rodrigo à frente da cozinha marcou a primeira transformação. “Migramos para restaurante, o Cantucci Bistrô, e, para cravar a bandeira como casa genuinamente italiana, viramos Cantucci Osteria”, complementa. Hoje, o Cantucci tem à frente do negócio quatro sócios: além de Rodrigo, completam o time Andrei Prates, Guilherme Sordi e Tarso Frota.

Mais do que uma mudança de nome, a escolha ajudou a definir a identidade que a casa buscava construir. Na Itália, o termo osteria está historicamente associada a estabelecimentos mais informais, de cozinha descomplicada e forte relação com a comida e o vinho. Diferentemente do restaurante, que tradicionalmente remete a uma experiência mais formal, a osteria carrega uma ideia de proximidade, simplicidade e valorização das receitas da cozinha cotidiana italiana. Hoje,

essas distinções são menos rígidas, mas os termos continuam ajudando a comunicar o estilo e a proposta de cada casa.

Apesar das mudanças de formato ao longo dos anos, a inspiração italiana esteve presente desde o começo. O próprio nome da marca nasceu a partir dos cantucci, biscoitos tradicionais da Toscana conhecidos pela textura seca e crocante e pela presença de amêndoas. A referência ajudou a estabelecer, desde os primeiros passos, uma identidade que posteriormente ganharia cada vez mais espaço na cozinha, até a casa se consolidar como uma osteria dedicada à gastronomia italiana.

A escolha pela culinária italiana nasceu da própria trajetória dos sócios, especialmente da paixão por cozinhar, comer bem e receber pessoas, aliada ao interesse por negócios, gestão e desenvolvimento de pessoas. Na cozinha, essa combinação se traduz em uma osteria de ambiente intimista, onde massas frescas, risotos cremosos e carnes em preparos clássicos unem técnica e memória afetiva. “Sempre fomos italianos, um pouco mediterrâneos. O mote de gastronomia boa a preço justo continua valendo, mas por trás dele está nossa paixão por receber pessoas bem e por gastronomia de verdade”, ressalta Rodrigo.

Celebração de 15 anos

Para celebrar os 15 anos de atuação da casa, o Cantucci preparou uma série de novidades que

Três perguntas para Rodrigo Melo, chef e sócio-fundador do Cantucci Osteria



revisitam momentos importantes de sua história sem perder de vista os próximos capítulos da marca. Entre os destaques está o Wellington Especial 15 Anos, uma releitura do tradicional Filé Wellington que integra o repertório do restaurante há mais de uma década. A receita combina filé-mignon, duxelles de

cogumelos trufada e massa folhada, servidos com acompanhamentos e molho Malbec.

A comemoração também marca uma nova etapa para o restaurante. Na unidade da Asa Norte, mudanças recentes no ambiente e na cozinha reforçam a aposta na produção artesanal de massas frescas e

na releitura de receitas tradicionais da gastronomia italiana. A renovação chega também ao bar, com novos drinks autorais e uma proposta inspirada na tradição do aperitivo italiano.

Entre os diferenciais da casa, Rodrigo ressalta: “o Filé Wellington, nosso clássico de mais de 13 anos,

Quais marcos o senhor destaca como mais transformadores para o Cantucci?

A virada de caffè para bistrô, o rebranding para Osteria em 2020, a reforma da unidade Asa Norte e a expansão para Águas Claras e Asa Sul. Também destaco a diferenciação entre os formatos da marca — Osteria, Ristorante e Cucina.

Como definiram o cardápio e como ele mudou nesses 15 anos?

A grande virada foi a implementação das massas frescas feitas na casa, reforçada agora pela extrusora que compramos para ganhar produtividade e padronização. O cardápio reúne clássicos italianos com toques brasileiros, adaptados ao paladar local, sempre com boa apresentação à mesa.

Quais foram os principais desafios enfrentados no início?

O Cantucci mudou muito ao longo dos anos: a quadra, os arredores e o próprio cliente mudaram. Nosso maior desafio sempre foi nos adaptar a cada momento e entender o que o cliente está buscando.

HABITAÇÃO / No primeiro semestre foram comercializadas 2.375 unidades novas, alta de 10% no comparativo anual

Venda de imóveis tem alta

» LETÍCIA MOUHAMAD

O mercado imobiliário do Distrito Federal encerrou o primeiro semestre de 2026 com alta na oferta e no volume de negócios de apartamentos novos. O principal motor foi a retomada dos lançamentos, que somaram 1.631 unidades residenciais colocadas no mercado entre janeiro e junho — um volume que mais que dobrou (+108%) em relação ao mesmo intervalo do ano passado e atingiu o maior patamar desde 2023. No total, foram vendidas 2.375 unidades novas no semestre, o que representa uma alta de 10% no comparativo anual.

Os dados constam do estudo Panorama da Habitação — 1º semestre de 2026, divulgado na quinta-feira pela Associação de Empresas do Mercado Imobiliário do DF (Ademi-DF) e pelo Sindicato da Indústria da Construção Civil do DF (Sinduscon-DF), com apuração do Instituto Opinião e apoio do

Sebrae-DF. O levantamento mostra um mercado resiliente, mesmo sob o cenário desfavorável de juros elevados. O Índice de Velocidade de Vendas (IVV) fechou o período em 6,4%, patamar que, embora ligeiramente inferior ao do ano passado, permanece acima da taxa de 5% considerada pelas entidades como o parâmetro para um setor saudável.

Para o presidente da Ademi-DF, Celestino Fracon Júnior, o comportamento do setor atesta a solidez da demanda na capital. “O primeiro semestre mostra que existe uma demanda consistente por imóveis no DF. Mesmo diante de um cenário ainda desafiador, com juros elevados, o consumidor continua tomando a decisão de compra e as empresas voltaram a ampliar seus lançamentos. É um sinal importante de confiança no mercado e, principalmente, de que existe demanda para novos produtos”, avalia.

A pesquisa revelou ainda uma mudança marcante no

Ângelo Pignaton/Agência CLDF



Noroeste, bairro nobre de Brasília, é uma das regiões mais valorizadas

comportamento do comprador. A procura avançou com mais intensidade no segmento de classe média-alta, na faixa de R\$ 600 mil a

R\$ 1,5 milhão, cujas vendas dispararam 67% e passaram a concentrar a maior fatia das comercializações no período. As faixas

intermediárias de preço também tiveram leve alta, enquanto os imóveis econômicos e de alto luxo registraram retração nas vendas.

“Os números mostram um consumidor mais atento às condições do imóvel e à relação entre preço, localização e qualidade”, analisa o vice-presidente da Indústria Imobiliária do Sinduscon-DF, João Carlos de Siqueira Lopes. “Esses dados indicam que o mercado está aquecido, mas também mais seletivo. O consumidor está avaliando com cuidado preço, localização, padrão do empreendimento e condições de financiamento”, reforça.

Geograficamente, o Noroeste manteve-se como a região que mais comercializou apartamentos em termos absolutos, registrando crescimento de 44% no comparativo anual. No entanto, o grande destaque de expansão ocorreu em Samambaia, onde o volume de unidades vendidas mais que dobrou no semestre (+117%). Outras localidades, como Park Sul, Recanto das Emas, Santa Maria e Planaltina, também fecharam o período em alta, ao passo que regiões como Ceilândia e Águas Claras anotaram retração nas negociações.

CB.AGRO / FELIPE RIBEIRO — PESQUISADOR DA EMBRAPA

Marcelo Ferreira/CB/D.A Press



Especialista destaca que o Brasil depende da água do Cerrado

“Cerrado precisa de políticas públicas”

» GABRIELA CIDADE*

O CB.Agro recebeu o pesquisador da Embrapa Felipe Ribeiro ontem para uma conversa sobre o Dia Nacional do Cerrado, 11 de setembro, e formas de conciliar produção e preservação em um dos biomas mais ricos e estratégicos do país a partir das mudanças climáticas vivenciadas em todo o planeta. Na bancada, os jornalistas Sibeles Negromonte e Carlos Alexandre de Souza.

Valorizar o Cerrado como berço das águas, para o especialista, é necessário para sua preservação. Para ele, o país “depende da água do Cerrado. Isso é fundamental para a vida

local como nacional. A água que chove aqui, cai para o resto do Brasil”. Ribeiro aponta que é urgente a formulação de políticas públicas para financiamento de pesquisas sobre produção de alimentos sustentável e alternativas agroecológicas.

Com clima savânico, o Cerrado possui mais de 12 mil espécies adaptadas ao clima úmido no verão e seco no inverno. O pesquisador destaca como essencial que a agropecuária busque adequação à essa peculiaridade para a preservação. “É isso que a gente chama de conservar, de boas práticas agropecuárias. Como a gente entende essa oferta ambiental que o bioma oferece para agricultura?”, diz,

Com os impactos ambientais no bioma, Ribeiro categoriza os atores envolvidos em uma corrente para “salvar o Cerrado”. Ele explica que o produtor precisa de conhecimentos novos, elaborados pelos pesquisadores. O consumidor também é um ator que está muito distante. “Educar o cidadão da cidade é mostrar que a agroecologia tem um produto que ele não vai conseguir em outro lugar”, pondera Ribeiro.

Apesar dos grupos que compõem a rede serem capazes de trilhar a preservação do bioma e relações mais ecológicas, o pesquisador enfatiza que “salvar o Cerrado” precisa partir de outro ator, que é a política pública, financiamento dos órgãos de apoio

à pesquisa. Custear o produtor na sua forma de plantio (mais sustentável). Felipe Ribeiro também alerta que a iniciativa privada é grandiosa nesse processo.

O pesquisador da Embrapa reforça que o caminho principal na conservação da natureza cerradense é a valorização e viabilização da pesquisa e, em seguida, a prática desses saberes reunidos na agricultura. “O desafio é: Quais seriam as soluções? A gente tem, só não conseguiu colocar essa informação do jeito que a gente gostaria, pra fora”, conclui.

***Estagiário sob a supervisão de Malcia Afonso**