



O futuro dos produtos lácteos mostrado na Anuga 2015!

A cada dois anos, a feira alemã Anuga® mostra caminhos, tendências, novidades e inovações do mundo das embalagens; este ano, o tema foi “Experimente o futuro” (Taste the Future), provocando, em duplo sentido, ainda mais o imaginário de todos

Por Assunta Camilo

Cada Anuga® tem uma tendência preponderante ou um mote. Esta foi marcada pela busca pela diferenciação. Empresas e marcas procuraram se posicionar através da sua “diferença”, fazendo das embalagens seu instrumento de comunicação e ferramenta de marketing para contar sua história. A consultoria Inova Markets apontou alguns números, como:

- 40% dos alimentos e bebidas lançados, no primeiro semestre de 2015, foram posicionados sobre alguma plataforma de saúde de algum tipo;
- De 2013 para 2014 houve um aumento de 12% de produtos considerados gourmet, destacando-se a valorização do país de origem como um atributo;
- No mesmo período, produtos com apelo do Fair Trade, ou seja, de acordo com as premissas do comércio justo, tiveram um crescimento de 59%.

Um destaque é o produto Oliving®, que, além de inovar ao misturar dois ingredientes (leite e azeite de oliva), traz

em sua embalagem ícones de origem (a bandeira da Grécia) e de ser saudável (com um coração destacando a porcentagem de vitamina E e menor índice de gordura).



Fonte: Divulgação

Observamos também muitas sobremesas lácteas, como sorvetes, cremes e iogurtes apresentados em glamorosas embalagens de vidro, com detalhes como fitilhos e luvas de papelcartão.

Também houve o crescimento de 22% no



Eventos



Fonte: Divulgação

lançamento de produtos vegetarianos e de 60% de veganos, reforçando a preocupação com a questão da sustentabilidade. Encontramos, por exemplo, diversas ofertas de leites de outras origens, como de amêndoas, aveia, soja, arroz, nozes etc.



Fonte: Divulgação

Outro crescimento apontado foi o de produtos com certificados Halal (função do aumento dos muçulmanos em todo o mundo), com uma variação de 43% de 2010 para 2014.

A inovação segue sendo relevante e importante: 31% dos produtos lançados, de 2013 para 2014, usaram ingredientes inovadores, muitos baseados em proteínas, o que poderia ser uma excelente oportunidade para os produtos lácteos.

Um dos produtos que ganharam o prêmio Taste 2015 é o Yollie®, um pirulito de iogurte inovador, divertido, diferente e diversificado, agradando assim a mães e crianças.



Fonte: Divulgação



Eventos

Foi constatada também a preferência por produtos orgânicos, com expressivos 7,4% dos lançamentos. Cortado em formato de coração, o queijo muçarela orgânico da empresa alemã Zugër recebeu um prêmio no Taste 2015 pela inovação, que já começa pela embalagem stand up pouch.



Fonte: Divulgação

O último destaque foi o crescimento das marcas próprias, impulsionadas pela crise econômica dos países emergentes, o que tem sido um desafio à fidelidade das marcas. Para isso, o investimento em inovação é vital.

Com certeza, uma das grandes inovações foi o desenvolvimento de iogurte em embalagens stand up pouch, que são



Fonte: Divulgação

muito econômicas e podem ficar fora de refrigeração.

Quanto mais tendências os produtos puderem atender, mais fortes eles serão. Para produtos lácteos, por exemplo, que podem conter alto teor de proteínas, se tiverem campanhas de marketing voltadas para os millennials, se estiverem adequados ao consumo em qualquer lugar ou prontos para serem facilmente finalizados, ou contiverem uma proposta sensorial forte ou uma marca própria representativa, então terão enormes chances de sucesso. •

Embalagem melhor. Mundo melhor. Sempre!

Se quiser mais informações e fotos dos produtos, é possível obtê-las no site (www.clubedaembalagem.com.br).

*Assunta Napolitano Camilo é diretora da FuturePack – Consultoria de Embalagens e do Instituto de Embalagens – Ensino & Pesquisa. Articulista, professora e palestrante internacional de embalagens, recebeu diversos prêmios, entre eles o de Profissional do Ano e o de Melhor Embalagem do Ano. Também é coordenadora dos livros: Embalagens Flexíveis; Embalagens de Papelcartão; Guia de embalagens para produtos orgânicos; Embalagens: Design, Materiais, Processos, Máquinas & Sustentabilidade, entre outros. Também é diretora do Kit de Referências de Embalagens e da obra Better Packaging. Better World.