

Doços Embalagens

por Assunta Napolitano Camilo

Na feira ISM (evento internacional de doces e *snacks*), que ocorreu em fevereiro em Colônia, Alemanha, pôde-se confirmar a importância da embalagem para a categoria de doces e *snacks*. Tanto que a promotora da feira, a Koelnmesse, decidiu criar a área “Pro Sweets”, espaço destinado aos fornecedores de ingredientes, máquinas de embalagens e para processamento e, claro, às próprias embalagens.

A forte presença de fornecedores asiáticos para decoração e embalagens de aço e plásticas especiais foi o grande diferencial do evento. Quanto aos sistemas de embalagens, três propostas mereceram destaque:

a) o sistema da Schur para *stand up pouch em form, fill and seal* (FFS - sistema para formar, encher e selar no mesmo processo), com formatos especiais, como o que imita um pote de vidro;

b) o sistema da Horauf (que agora, pertence ao grupo alemão Optima) para pós e líquidos em papelcartão também em FFS, atendendo sucos e cafés de grãos a solúvel;

c) o sistema FFS para líquidos, pós ou sólidos da espanhola IRGA, que permite dois produtos na mesma embalagem, podendo ser dois sucos, dois doces ou dois pós. As empresas brasileiras poderiam explorar mais o privilégio de nosso país querido, simpático e alegre. É uma vantagem competitiva, pois poderíamos mostrar nossa cultura, arte e origens usando mais cores nas embalagens e nos estandes. Valeria também considerar um

upgrade geral nas embalagens nas questões de processo (principalmente selagem e impressão).

Ainda estamos longe do padrão dos outros países, que têm optado por embalagens *stand up pouch* ou “quatro soldas”, no mínimo, mesmo quando usam *flow pack*, a solda é feita por processo de selagem elétrica ou por ultrassom com mandíbulas muito bem ajustadas, entregando uma embalagem bem selada e com excelente aspecto.

A qualidade de estanqueidade e a percepção do consumidor ficam comprometidas com o processo usado na maioria das embalagens brasileiras lá expostas.

Observamos também a oportunidade de evoluir o padrão de design das embalagens, uma vez que temos tantas boas agências especializadas no assunto no Brasil. Percebemos linhas sem unidade, dando a impressão de que os produtos nem sequer eram da mesma empresa, o que enfraquece a marca.

Unificar a linha, conferir uma boa hierarquia de informações, valorizar a marca e o fato de ser produto brasileiro e usar o idioma inglês para explicar do que se trata o produto e o desempenho proposto seria mandatório.

Outra possibilidade seria ter no portfólio de produtos apresentações mais sofisticadas, como embalagens plásticas rígidas, de aço ou de papelcartão (estojos ou caixas). Embalagens melhores, se possível em formatos especiais, ainda que em quantidade menor, poderiam elevar o padrão geral e mostrar que podemos oferecer nossos produtos em versões diferenciadas. Essa estratégia poderia, no mínimo,



avaliar as embalagens mais simples, ainda que a venda das mais caras fosse insignificante.

Percebemos que muitas empresas de outros países exploraram nas embalagens de seus produtos suas origens, história, cultura e arte.

Ficaram claros vários aspectos, como conveniência, saúde, estilo e segurança alimentar e ética. Origem e sofisticação também foram acentuadas.

Quanto à demanda, ainda que numa feira de doces, era por produtos mais naturais ou funcionais. Também ficaram claros os apelos por produtos “glúten free”, “sugar free”, de origem vegetal, com fibras, sem corantes e até produtos orgânicos.

Usar bem a embalagem para contar suas origens, história e promessa é um importante diferencial. Uma vez que o custo ocorrerá de qualquer maneira, investir numa boa embalagem é fator decisivo para garantir competitividade e sobrevivência das marcas e empresas.

Embalagem melhor. Mundo melhor!

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



Créditos:

*Assunta Napolitano Camilo: 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.

Coordenadora dos livros: *Embalagens Flexíveis; Embalagens de Papelcartão; Guia de embalagens para produtos orgânicos; Embalagens: Design, Materiais, Processos, Máquinas & Sustentabilidade*, entre outros. Diretora do Kit de Referências de Embalagens e da obra *Better Packaging. Better World.*



» Bem-vinda, Florigo... à nova família moderna

As soluções completas da tna agora incluem as soluções de processamento patenteadas e de manuseio de materiais de alto volume da Florigo.

manuseio de materiais | processamento | revestimento | distribuição | condimentação | pesagem
embalagem | detecção de metal | verificação | controles e integração | gerenciamento de projeto | treinamento

thiago roriz » gerente regional - brasil » tna brasil » p +55 11 2449 3724 » f +55 11 2449 3725
info@tnasolutions.com

