

EMBALAGEM E AS MACROTENDÊNCIAS DE BAKERY & CONFECTIONARY

*Claire Isabel G. L. Sarantópoulos
Fiorella B. Hellmeister Dantas*

Desde 2010, a Plataforma de Inovação Tecnológica do ITAL atua em projetos de prospecção de inovações no setor de alimentos e já publicou três documentos da série Trends 2020: Brasil Food Trends 2020, Brasil Pack Trends 2020 e Brasil IngredientsTrends 2020. O próximo lançamento será a publicação Brasil Bakeryand Confectionary Trends 2020. Neste documento, uma equipe de pesquisadores do CETEA foi responsável por diagnosticar as tendências na área de embalagem para este setor. Um resumo deste trabalho é apresentado a seguir.

Além das funções primárias da embalagem, o seu desenvolvimento deve considerar as tendências atuais de consumo dos setores de *Bakery & Confectionery* levantadas no documento elaborado, quais sejam Controle e Adequação; Funcionalidade e Nutrição; Naturalidade e Autenticidade; Premiumização e Experimentação; e Sustentabilidade e Transparência. Considerando-se o mapeamento das macrotendências identificadas para este setor são apresentadas a seguir as contribuições da embalagem para a inovação nos próximos anos.

Atendendo à macrotendência de **Controle e Adequação**, embalagens menores e porcionadas podem ajudar no controle de calorias. A embalagem pode dar destaque para os conteúdos calóricos e para os teores de fibras. Informa as reduções de gorduras trans e saturadas, de açúcar, de sódio e zero colesterol. Permite a comunicação objetiva, simples e educativa. Apresenta ao consumidor selos de sociedades e associações da área de saúde, aumentando a credibilidade dos produtos.



Embalagem com janela na forma de curvas femininas para pães

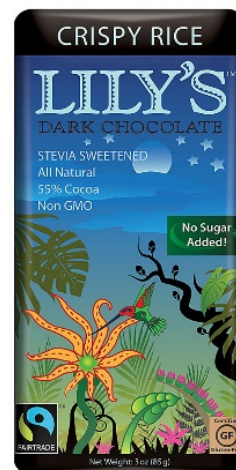


Embalagens para porções de 100 calorias

Embalagem metálica com
formato de ponto de exclamação
igual ao da bala “sugar free”



Comunicação educativa, informando
conteúdo com 0% de gordura trans e
41% menos sódio



Embalagem comunica que o produto é
totalmente natural, sem adição de
açúcar e adoçado com stevia

Fotos: Divulgação

FIGURA 1. Utilização da embalagem na comunicação do controle de peso (calorias, gorduras, açúcar) e de sódio.

Embalagem de chocolate
com selo da ANAD



Embalagem de cereal
com selo Minha Escolha



Embalagem de aveia em
flocos com selo da SRC



Fotos: Divulgação

FIGURA2. Selos de entidades da área de saúde atestam qualidade e conferem confiabilidade.

Nos produtos que atendem ao conceito de **Funcionalidade e Nutrição**, a embalagem faz a comunicação objetiva e emocional de informações relevantes para a saúde. Informa e destaca a adição de ingredientes funcionais. É usada para preservação de compostos ativos, por meio de propriedades de barreira ao oxigênio, à umidade e à luz. Favorece a diferenciação e confere atratividade visual.

Embalagem para consumo em trânsito do brigadeiro feito com proteína do soro do leite



Embalagem autossustentável de chocolate escuro com superfrutas



Embalagem de chocolate com destaque para a marca AntiOx do chocolate com 70% de cacau e açaí



Embalagem de chocolate com destaque para a adição de probiótico es.

Fotos: Divulgação

FIGURA 3. Produtos que associam o chocolate com as propriedad



Identificação por cor nas embalagens dos chocolate da Good Day Chocolate que prometem relaxamento (azul) e energia (laranja e vermelho)

Identificação por cor nas embalagens dos chocolate da Nutrawell que prometem relaxamento a noite (azul) e energia durante o dia (vermelho)

Fotos: Divulgação

FIGURA 4. Comunicação via embalagem para diferenciar o produto a ser consumido durante o dia e o da noite e externalizar a promessa de energia e tranquilidade do chocolate.



Fotos: Divulgação

FIGURA 5. Embalagens para chocolates funcionais.

Para atender aos consumidores cujo estilo de vida valoriza **Naturalidade e Autenticidade** de produtos e marcas, a embalagem pode ter poucas cores, muitas vezes ter fundo branco, ter janelas para visualização do produto, dar destaque para os apelos: *freefrom*, *all natural*, *unjunked*, orgânico, sem *GMO*. O uso de embalagem com atmosfera modificada permite minimizar ou mesmo eliminar a adição de conservantes.

Embalagem flexível com cores fortes e limitadas



Embalagem flexível que remete ao natural

Fotos: Divulgação

FIGURA 6. Embalagens que remetem à identidade da marca e à característica natural do produto.



Fotos: Divulgação

FIGURA 7. Destaque no painel frontal da embalagem para a informação de produto sem glúten, sem trigo, sem lactose.



Fotos: divulgação

FIGURA 8. Embalagem com código bidimensional QR-code permite a informação do conteúdo de alergênicos por lote de produção, mesmo com a embalagem sendo impressa muito tempo antes da produção.

A embalagem também é usada para satisfazer requisitos da macrotenência de **Premiumização** e permitir a **Experimentação** no consumo do produto. Evoca emoções positivas, memórias e contextualiza de maneira personificada o consumo do produto, de forma consciente ou inconsciente. Expressa luxo, muitas vezes acessível para massas conferindo prestígio ao consumidor (*masstige*). Com efeitos estéticos de cor, formato e textura valoriza a imagem e diferencia produtos nas gondolas. Pode ter um *design* multissensorial que desperta diversos sentimentos e agrega *apetite appeal* (desejo imediato de consumo). Com estilo retrô evoca lembranças e promove a moda. Pode expressar simplicidade, promover identidade e interatividade.

Pode transformar o alimento em presente, gerar momentos lúdicos, celebrar datas em edições limitadas. Favorece a personalização do consumo. É ferramenta eficiente para agregar conveniência de uso, de preparo, de abertura e refechamento. Viabiliza a portabilidade e o porcionamento, ou seja, consumir o produto a qualquer hora em qualquer lugar.

Embalagem de veludo preto com cristais Swarovski



Embalagem branca com tipografia da Theurel & Thomas



Latas de aço em duas peças com tampa de encaixe



Luxo acessível



Embalagem de goma de mascar da tenista Maria Sharapova



Edição limitada no estilo retrô



Fotografia que remete ao *comfortfood*



Tipografia



Facilidade de abertura e possibilidade de refechamento

Fotos: divulgação

FIGURA 9. Embalagens que ilustram a tendência de Premiumização e Experimentação.

A nova consciência ambiental, que tem se expandido gradativamente à medida que mudanças climáticas e suas consequências desastrosas vão sendo sentidas em todos os continentes, torna urgente a necessidade de todos os setores da economia reagirem à questão de **Sustentabilidade e Transparência**. Neste contexto o setor de embalagem deve promover ações com base no “Pensar no ciclo de vida & Cadeia Produtiva” - *Life Cycle Thinking*, envolvendo a otimização do sistema de embalagem; reuso & reciclagem; gerenciamento de resíduos & logística reversa; rotulagem ambiental; simbologia para identificação de embalagem pós-consumo e credibilidade e ética. Assim, ganham relevância os selos de entidades certificadoras, que conferem credibilidade às declarações feitas aos consumidores e à sociedade em geral.



Fotos: divulgação

FIGURA 10. Embalagens que ilustram aspectos de Sustentabilidade e Transparência.

O aumento do poder de compra e da escolaridade, a ascensão social, o acesso à informação, à internet, em especial via smartphone, e aos meios de comunicação global, a modificação da estrutura familiar, o envelhecimento da população, o comportamento das novas gerações têm alterado percepções, preferências e a escolha de alimentos pela população. Estes fatores vêm mudando o padrão de consumo da sociedade brasileira, criando novas demandas e delineando um novo cenário de consumo até 2020. No Brasil, um grande desafio será atender aos anseios do consumidor moderno, mesmo das classes menos favorecidas. Para as categorias de alimentos em que o preço é um fator determinante da compra, otimizá-lo para atender as novas demandas do consumidor será um fator determinante de sucesso na próxima década.

A inovação será vital para as indústrias aproveitarem oportunidades de mercado e assegurar sua sobrevivência. Em decorrência disso, toda a cadeia produtiva de embalagem necessitará atender às novas demandas de consumo por meio de novas tecnologias capazes de conferir eficiência ao processo produtivo e atratividade aos produtos. Produzir de modo sustentável será requisito para os mercados externo e interno e para a sociedade.