

Algo estranhamente paradoxal está ocorrendo na indústria de embalagens de alimentos.

Segundo “Lantech Blog”, algo estranhamente paradoxal está acontecendo com a indústria de embalagens de alimentos.

Enquanto o setor tem apresentado consistente crescimento global de cerca de 5,2% ao ano, quais são algumas das tendências atuais em embalagens de alimentos e de transformação que estão moldando o mercado em 2016 ?

Essencialismo, não minimalismo.

Os fabricantes estão, em última instância, no negócio de venda de seu produto - e isso significa satisfazer as necessidades de seus clientes. E, embora a redução de embalagens possa parecer ser a direção dominante, comerciantes experientes não necessariamente concordam.

Criadores de embalagens de hoje estão cada vez mais sendo cobrados para que se tornem "Designers de Experiência", são exigidos que sua arte seja não apenas funcionalmente adequada, mas que proporcione clareza e valor para o consumidor em meio a um mercado cada vez mais caótico e lotado.

Isto significa que a embalagem, longe de caminhar para o minimalismo, tem de ser muito mais do que jamais foi. Novas abordagens para a utilização da geometria da embalagem, e tornar o produto mais agradável esteticamente, quando armazenado em casa, fizeram com que o velho livro de regras de design tivesse de ser rasgado. Faz-se uma jogada em direção ao “clássico bem elaborado” e o conceito de minimalismo parece bem redundante em 2016.

Alterações no consumo de alimento

Hábitos alimentares em 2016 diferem radicalmente dos seus padrões históricos - e isso causou uma grande mudança nos requisitos de embalagem como resultado.

Não é simples identificar a grande mudança em práticas alimentares decorrentes de nossos padrões alimentares cada vez mais solitários. Estima-se que cada vez que se sentar para comer, quase metade das vezes vamos estar sozinhos, mesmo quando estamos em uma casa cheia de outras pessoas.

O que isso significa para a embalagem? Isso significa que há muito mais do mesmo, sendo menor, os itens individuais são, obviamente, muito menos eficientes para embalar. Junte isso a uma explosão na quantidade de lanches preparados que consumimos, e o impacto é claramente uma não benção para aqueles que querem ver volumes de embalagens reduzidas.

A Ciência da Sustentabilidade

Uma das principais características do impulsionamento de embalagens ecológicas nos últimos meses tem visto a inovação científica se tornar o centro das atenções. Entre alguns dos desenvolvimentos mais promissores 2016 de incluir o seguinte:

- Uma equipe de cientistas japoneses criou um protótipo de embalagem que é inteiramente livre de plástico, e usa em vez, Agar, um derivado de algas marinhas.
- O novo material, que utiliza quitosana, uma substância obtida a partir da casca de crustáceos, também tem grande alcance potencial para outras aplicações em ciência dos alimentos e embalagens para a tecnologia.
- Um estudo da Universidade Nacional de Cingapura descobriu que um material de embalagem sem aditivo químico foi capaz de desacelerar o crescimento de fungos e duplicar a validade de produtos perecíveis.

O conceito foi o vencedor do Grande Prémio Lexus Design deste ano, e a equipe desde então passou a demonstrar a viabilidade do conceito, utilizando-o para o transporte de um frasco de perfume por correio de Tóquio para Milão.

De volta ao paradoxo

Apesar das melhorias óbvias em avanços tecnológicos, ainda há muito trabalho a ser feito na realização de metas progressivas da indústria de embalagens.

Por exemplo, na publicação do Conselho de Defesa dos Recursos Naturais, O Relatório de Resíduos e oportunidade de 2015, os esforços da maioria dos produtores de alimentos para a sustentabilidade foram classificados como " precisa melhorar " .

Daqui para frente, devemos ser capazes de ajudá-los a fazer isso. Na verdade, temos escrito recentemente sobre sustentabilidade na indústria de garrafas PET e o lugar para envoltório do estiramento nos planos de sustentabilidade CPG.

Outra implicação das recentes tendências em embalagens de alimentos é a crescente necessidade de soluções de transporte que levam em consideração a nova estirpe das embalagens de alimentos.

Artigo original : <http://tinyurl.com/zwcuc7s>



Instituto de Assessoria Mercadológica & Mercadométrica Ltda.

Rua Bandeira Paulista, 275 • CJ. 81 • 8º andar Itaim Bibi • 04532-010 • São Paulo • SP •
Brasil Tel.:55(11) 2526.0330 Fax: 55(11) 3168-1054 • www.iamm.com.br E-mail:
iamm@iamm.com.br