

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