



FOTO FUTUREPACK

AMERICANOS: A BUSCA FRENÉTICA PELO CORPO IDEAL

JUSTAMENTE NOS ESTADOS UNIDOS, QUE TÊM A POPULAÇÃO COM O MAIOR NÚMERO DE OBESOS DO PLANETA, COMEÇOU A REVOLUÇÃO EM BUSCA DO CORPO "SARADO"

É uma verdadeira febre a busca de boa parcela dos americanos pelo corpo saudável ou supostamente saudável. Muitos diriam "corpo sarado", esculpido com muita ginástica e dieta especial. A cantora Madonna, por exemplo, é idolatrada por essa geração, desde suas músicas a seu corpo esculpido, formado por muitos músculos definidos.

Ao visitarmos os pontos de vendas americanos, seja supermercados, seja lojas de conveniência, cantinas escolares ou lojas de produtos naturais ou complementos alimentares, notamos a diversidade da oferta de produtos especialmente dedicados a esse público preocupado com a forma física.

Allá, tanto nos Estados Unidos como em várias cidades brasileiras, as lojas especializadas em nutrição (um exemplo americano é a World Vitamin) proliferam a uma velocidade espantosa. Fora das lojas, encontramos tais produtos em gôndolas cada vez maiores ou seções especiais, com boa margem de contribuição à indústria e ao comércio.

A última edição do SIAL (Salão Internacional de Alimentação), em Paris,

em 2016, destacou a tendência de valorização das proteínas, além das amêndoas (energéticas e antioxidantes naturais) e do atual "produto vedete" do mercado, o coco.

Outro exemplo é o "The complete Cookie", da Lenny & Lorry's®. O cartucho tem fundo branco e cores suaves que contrastam com o splash que destaca a quantidade de proteína em cada cookie. O produto também faz parte da categoria free from (livre de): é feito sem ovos, sem leite ou derivados, sem soja e sem transgênicos. Além disso, os cookies são assados, prometem 8 g de fibras e se declaram vegan. Cada caixa contém 4 flow packs com um cookie cuidadosamente embalado para chegar perfeito ao consumidor.

A marca Gatorade®, atualmente uma divisão da PepsiCo®, deixou há tempos de oferecer apenas bebidas isotônicas. Agora, tem no seu portfólio barras de cereais e, claro, as famosas barras de proteínas. O produto em flow pack metalizado com abas em laranja, cor da energia e da marca, é facilmente encontrado nas prateleiras, prometendo 20 g de proteína para recuperar os músculos após as sessões de musculação.

A barra da marca KIND® rompe com a categoria ao usar embalagem parcialmente transparente, mostrando as amêndoas e aguçando o apetite. A busca por amêndoas, castanhas, amendoins e, mais recentemente, pelo coco, poderia incentivar produtores brasileiros a entrar nessa categoria de forma firme.

Outras marcas seguem a fórmula de mostrar o produto e destacar os ingredientes free from e a quantidade de proteína. Além de bem seladas, as embalagens trazem tabelas nutricionais muito claras para conquistar a confiança do atento consumidor.

Investir em embalagens adequadas é garantia de retorno, em especial se os consumidores se preocupam com detalhes e conceitos.

Embalagem melhor é importante e promove um mundo melhor para todos. Sempre!



ASSUNTA N. CAMILO

Diretora da FuturePack
Consultoria de Embalagens
e do Instituto de Embalagens
atendimento@instituto-
embalagens.com.br