



Indústria

O “Chef” em casa segue como forte tendência também no Brasil

Empresas atentas começaram a entregar produtos pré-preparados, kits completos ou faltando apenas a mistura dos ingredientes

Assunta Napolitano Camilo - 02 de julho de 2019

Na **Anuga edição 2015**, uma das maiores feiras mundiais e bianuais de alimentos e bebidas, que acontece na cidade de Colônia, na Alemanha, já se falava na tendência de produtos pré-preparados ou pré-prontos.

A justificativa, seria, como disse **Faith Pop Corn em seu texto Cocooning, que as pessoas estão se voltando aos seus casulos ou ninhos, pois lá se sentem mais seguras.** Melhor convidar amigos ou a família para ficar na segurança e conforto de casa do que enfrentar trânsito, insegurança, filas de restaurantes e, ainda, gastar muito mais.



Somado a isso, a febre dos programas televisivos de gastronomia, com competições ao vivo, difundiu a curiosidade de muitos consumidores em testar novos pratos e sabores, algo distante da grande maioria, até então.

As empresas atentas **começaram a entregar produtos pré-preparados, kits completos, faltando apenas a mistura dos ingredientes para dar o toque final e realizar uma experiência gastronômica.**

La Barraca, da Espanha, chegou a conquistar muitos consumidores com o seu Kit Paella, com frutos do mar desidratados, temperos, azeite, arroz, além de uma frigideira própria para o seu preparo! Era certeza de sucesso.

Ferrer, também da Espanha, desenvolveu um kit com lata de molho, temperos e arroz que também podiam ser facilmente preparados.



A **Arbi**, empresa italiana, já está comercializando aqui no Brasil, lançou um molho de tomate com lagostim congelado. **A embalagem do molho é uma bandeja termoformada que permite visualizar o produto. A bandeja vem acondicionada num estojo de papelcartão com janela e textos em português para agradar ainda mais os consumidores nacionais.** A promessa de fácil e rápido (6 minutos) preparo convence pelo visual da bela foto com ícone da bandeira italiana no canto superior.

A brasileira **DellMare** preferiu uma embalagem plástica stand-up pouch praticamente transparente, que mostra os frutos do mar da sua proposta de Paella, destacando na frente da embalagem, que contém um sachê de temperos para conferir maior praticidade aos “chefs de cozinha” de plantão e, assim, garantir sucesso no jantar ou almoço da família.

Estas empresas já descobriram que **Embalagem Melhor. Mundo Melhor.**

embalagens, Assunta Napolitano Camilo, produtos pré-preparados

SOBRE ASSUNTA NAPOLITANO CAMILO

Mais do autor



Diretora da Consultoria de Embalagens FuturePack, do Instituto de Embalagens e a da Coleção de livros: Embalagem Melhor. Mundo Melhor. assunta@institutodeembalagens.com.br

0 COMENTÁRIOS **Seafood**

Iniciar sessão

Recomendar

Tweet

Partilhar

Mostrar primeiro os mais recentes



Escreva o seu comentário...

INICIE SESSÃO COM O

OU REGISTE-SE NO DISQUS ?

Nome

Seja o primeiro a comentar!

Subscrever

Acerca do Disqus Adicionar o Disqus Adicionar

SETEM PEIXES SELVAGENS DO ALASCA

Tô dentro!



NOTÍCIAS DO PESCADO

Veja mais



Institucional

Acordo Mercosul e União Europeia zera imposto para pescado

28 de junho de 2019



Pesca

Artesanais: Cresce representação no Senado, mas grupo ainda sofre

19 de junho de 2019



Varejo

Preço dos alimentos cai, mas varejo perde força

19 de junho de 2019



Institucional

Governo lança Plano Safra 2019/2020 com pesca e aquicultura

19 de junho de 2019

O QUE É A SEAFOOD BRASIL?

A **Seafood Brasil** é uma plataforma de comunicação destinada a aumentar o consumo e gerar negócios para os atores da cadeia produtiva do pescado. Inaugurada em 2013, conta com um portal, mídias sociais, eventos com a cadeia produtiva e uma revista com cinco edições anuais.

CONTATO

falecom@seafoodbrasil.com.br

(11) 2361-6000

INSTITUCIONAL

> Anunciar

> Loja Virtual

REDES SOCIAIS

