



É impossível não relacionar o modo como as pessoas se comportam hoje ao fácil acesso à internet, ou melhor, à democratização da informação. Alimentação é o terceiro assunto mais comentado na internet, perdendo apenas de futebol e política.

“Comida não consiste apenas de uma pilha de compostos químicos, mas envolve também um grupo de relações sociais e ecológicas, que alcançam novamente a terra e outras pessoas.”
Michael Pollan

Tudo é snack?

Categoria tem a maior taxa de sucesso da indústria alimentícia e oferece espaço para novidades criativas.



Uma pesquisa da Mintel de 2017 sobre o consumo de snacks do brasileiro mostrou que:

97% dos participantes haviam consumido algum tipo desse alimento no último mês.

21% deles afirmaram ter ingerido mais snacks em comparação ao ano anterior.

Este número sobe para **32%** quando analisados os hábitos entre os mais jovens.



Com o estilo de vida atribulado, os snacks ganham a preferência de quem não consegue ter uma refeição em família ou precisa comer em horários inusitados

Saudável mas sem abrir mão de sabor, Indulgente na medida certa!



Estratégias como miniporções, ingredientes naturais, free from e alimentos isentos de corantes e conservantes permitem que o consumidor aproveite os produtos, mesmo os indulgentes, sem culpa.

Comer consciente, comer com propósito

O consumidor está mais preocupado com a origem dos produtos que ingere e com o impacto gerado no meio ambiente e na sociedade.

Rótulos mais claros: Produtos com claims como “sem aditivos e sem conservantes”, “orgânico” e “GMO free” apareceram em 29% dos lançamentos mundiais.

Novo drive de escolha: Claims relacionados à ética, ao bem-estar animal e ao cuidado com o meio ambiente aumentaram 22%



O sucesso das start ups

Com ingredientes mais naturais, comunicação mais transparente em seus rótulos e um propósito real de impactar positivamente a vida das pessoas

Mindful e Mindfulchoices

A consciência e o entendimento do consumidor em relação ao que consome foram descritos pela Forbes e pela Innova Market Insights como a tendência número 1 em seus relatórios.



O consumidor quer fazer escolhas conscientes, saber e entender a lista de ingredientes dos alimentos

A Era do Plant based

Plant based não se trata apenas de substituir a carne e, sim, de ampliar o repertório de uma alimentação saudável.

Plant based por definição consiste em um padrão alimentar baseado em frutas, vegetais, grãos integrais, legumes, castanhas e sementes, excluindo os alimentos de origem animal

22 MILHÕES de vegetarianos

O que corresponde a 14% dos brasileiros, desses, 6% concordam parcialmente e 8% totalmente com a afirmação “sou vegetariano”. IBOPE, 2018

A maior oportunidade está nos Flexterians

Excluem derivados animais conforme seu conceito pessoal de saudável, seja de forma definitiva para algumas categorias, seja mesclando o consumo em dias alternados ou em refeições direcionadas

O consumidor fica curioso para as opções dessa categoria desde snacks, alternativas a carne ou leite e para conquista-lo o segredo do sucesso é:

Saudável, conveniente, formato familiar e gostoso!