

XIV Workshop em Alimentos – Lajeado/RS – 26/09/13



- Explora as principais áreas de oportunidades para empresas de A&B nas áreas de saúde, bem estar e nutrição e como as necessidades e expectativas dos consumidores evoluem:
 - Cenário global
 - Tendências e Oportunidades
 - Synergy
 - Soluções



- **Futuro cada vez mais complexo**
- **Mudanças no estilo de vida**
- **Saúde – Assumindo a Responsabilidade**
- **Informação e orientação será fundamental**
- **Conveniência - Simplicidade - Natural**

- O consumidor de hoje está vivendo em um mundo cada vez mais incerto e com recursos limitados.
- Recursos de saúde a nível mundial estão sob crescente pressão.
- Uma série de mudanças sociais e demográficas principais definirá a saúde e o bem-estar panorama ao longo dos próximos cinco a 10 anos.

- **Obesidade**
- **Doenças crônicas**

- **Desnutrição**
- **Crescimento da taxa de urbanização**

- **Redução do tamanho das famílias**



Consumidores irão demandar soluções em A&B para manter a saúde até a velhice

- **À medida em que aumentam as pressões sobre as empresas de saúde, maior ênfase será colocada na responsabilidade pessoal para com a saúde**



- **Mudanças demográficas – Econômicas e Sociais**



- **Aumento orçamento saúde pública**






- **Concientização – Mudança cultural e comportamental**



- **Gerenciamento individual: Kits de auto-teste**

- Os consumidores têm um acesso sem precedentes a informações sobre nutrição e gestão de saúde, mas será que estamos realmente “melhor” informados?
- ↓
- 45% dos consumidores dizem que eles são confundidos por informações conflitantes
- ↓
- Desafios do governo, fabricantes e marcas: Desenvolver informações práticas e simples!
- ↓
- Reconstruir relacionamento com os alimentos é fundamental para proteger a saúde das gerações futuras

- **Pressões estilo de vida - Soluções convenientes**
 - “Fast food” vs “Junk food”
- **Garantir a saúde dos filhos – Prioridade**
 - Importância da nutrição...Garantir o melhor começo
- **Desenvolver conhecimento da relação nutrição & desenvolvimento da criança.**
- **Natural & Ciência**
 - Consumidores buscam alimento mais natural possível, que não gerem problemas de saúde.



• **...E oportunidades potenciais mercados - EUA, RU, França, Japão, China, Índia, Brasil e Rússia:**

- **Simple e bom**
- **Saudável & saboroso**
- **A& B como combustível “fonte de energia”**
- **Envelhecer com saúde**
- **Saudável por natureza**
- **Saciedade - Controle de Peso**

- Alimentos e bebidas para as crianças com ingredientes simples, de fácil compreensão e sem “males”
- Tendência simplificação dos ingredientes: Rótulos limpos e livre de aditivos



- Ella's kitchen empresa focada em alimentos “simples” e saborosos para crianças:
- Produtos orgânicos - 100% natural
- Sem aditivos artificiais ou conservantes
- Embalagem prática para uso em casa ou fora de casa.

Futuro

- Pais buscam por transparência nas informações: Origem e produção dos Alimentos e Bebidas para os filhos.
- Pais continuam buscando opções saudáveis, nutritivas em A&B para os filhos.



- Atalhos para compreender o que é seguro para seus filhos
- Gerenciar riscos
- Ingredientes simples livre de conservantes e aditivos
- Natural

Desafios

- Clean Label
- Reformulação
- Frescor e Validade
- Identificar ingredientes c/alto valor nutricional
- Super alimentos

- Pais vivendo sobre pressão “educação e alimentação dos filhos”. Desconhecimento dieta saudável.



- Desafio para os pais é proporcionar aos seus filhos dietas ricas em frutas, legumes e cereais integrais em um formato que “gostem” – Filhos preferem, semelhante aos adultos, por alimentos ricos em açúcar, sal e gordura.



- Produtos “criativos” – Sabor e Textura para atrair a atenção das crianças e que atendam as necessidades nutricionais

Há um mercado claro para alimentos saudáveis " amigos da criança"

Futuro

- Aumento demanda por A&B saudáveis, “divertidas” e acessíveis para crianças.
- Ciência desenvolvendo soluções para disfarçar a aparência, gosto de frutas e legumes em A&B infantis.



- Texturas e formatos inovadores
- Formulações com alto valor nutricional

- Ex. Bloqueador de amargor – American Chemical Society



Desafios

- A & B saudáveis “atraentes”
- Compreender quais os formatos, sabores e texturas – paladar jovem
- Tecnologia de alimentos – suporte a indústria

- Capacidade de executar o seu melhor e por mais tempo, é cada vez mais visto como essencial.



- Produtos que aumentam o nível de energia estão se movendo para fora do mercado de esportes:

Nicho ➔ Mainstream



- Produtos que maximizam o desempenho físico e a resistência, estão se tornando parte da gestão da saúde.

"...Nutrição esportiva, produtos não são mais apenas para os homens que tentam construir músculos. Adolescentes e estudantes universitários, mulheres e pessoas mais velhas ainda estão descobrindo que estes produtos podem ajudá-los a viver um estilo de vida mais ativo e saudável".

Dr.Greg Paul - Diretor Global de SN para Solae.

Futuro

- Desejo do consumidor em melhorar o desempenho físico
- Estilo de vida saudável – “Active Nutrition”.

Desafios

- Melhorar o desempenho A&B. Suplementos, de produtos esportivos para marcas de consumo de massa.

inspiring taste™

Prevenir o declínio físico e mental... Permanecer ativo a medida em que se envelhece...Preservar a qualidade de vida.



Compreensão da relação entre Nutrição & Saúde

Alimento & Bebida

Soluções específicas para condições dos idosos “Alimentos Funcionais”



Atividade mental – Condicionamento Físico
Alimentação Saudável – Redução do Estresse



Souvenaid – Danone - Bebida nutricional, ajuda a prevenir a perda de memória em adultos idosos. FortasynConnect - Combinação patenteada de nutrientes que inclui os ácidos graxos ômega-3, colina, monofosfato de uridina e uma mistura de antioxidantes e vitaminas do complexo B.

Futuro

- Aumento do papel da nutrição para retardar ou reverter os efeitos do envelhecimento.
- Atenção das empresas as condições relacionadas a idade – Saúde física e mental.



- Alimentos Funcionais
- Nutrientes Naturais

- Alimentos:
 - Nutracêuticos
 - Fortificados

Desafios

- Compreender os gostos e necessidades nutricionais dos idosos.
- Identificar as condições e desenvolver soluções específicas.

Consumidores estão abertos a opções mais saudáveis... Mas não estão dispostos a comprometer o sabor...Precisa “agradar” e beneficiar a saúde.



- Necessidade de reformulação de produtos



1. Consciência
impacto do sal,
Açúcar, gorduras e
aditivos artificiais.



2. Ingredientes simples
e naturais



3. Maior envolvimento
com a saúde –
consumidor questionando
sobre produtos

“PepsiCo, parte de suas metas auto-impostas em reformulação - 50% dos salgadinhos assados ou incluir conceito de nutrição positiva até 2015.”

Fonte: The Future of Digestive Health Food e Drink Business Insights, 08/2011

Futuro

- Alternativas naturais que proporcionem múltiplos benefícios a saúde do consumidor consciente.



Ingredientes
Naturais



Benefícios adicionais
a saúde

Desafios

- A capacidade de combinar vários benefícios para os consumidores em um único produto - naturalidade, alternativas saudáveis para ingredientes sal / açúcar.

- Alimentos & Bebidas que promovam saciedade com efeito mais duradouro – reprogramar o corpo - reduzindo a necessidade de lanches entre as refeições.



- No momento, as melhores soluções que temos são produtos que "enganam" o corpo – saciedade a curto prazo.



- Reeducar o corpo para comer menos no longo prazo ao invés de enganá-lo no curto prazo.



Kellogg's Special K – Cereal & Proteína

- 10g de Proteína e 3g de Fibras

Futuro

- A & B que criam uma necessidade fisiológica para menos comida para consumidores de peso-conscientes.



- “Verdadeiros” produtos - Saciedade
 - Reeducar o corpo



Desafios

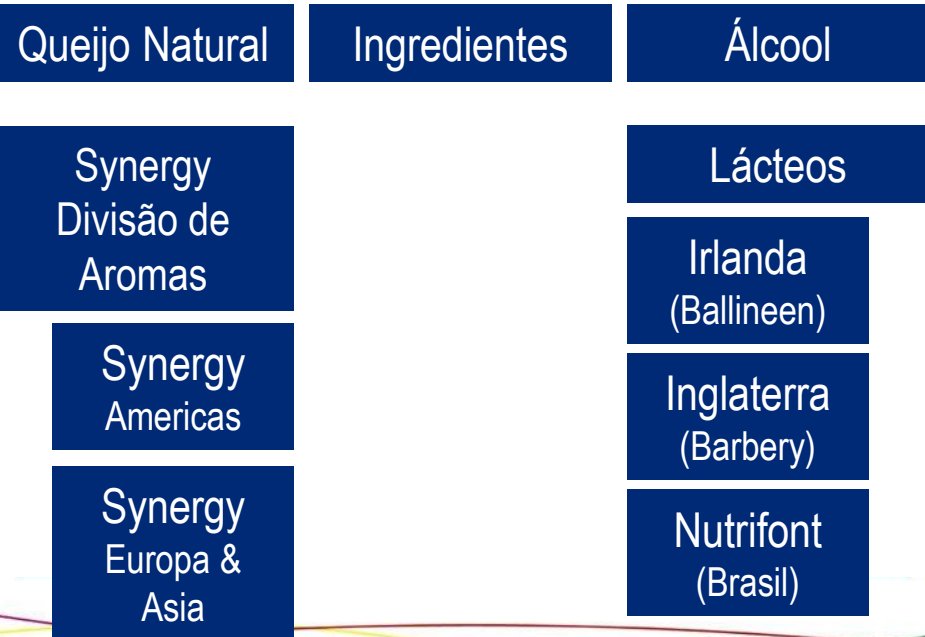
- Compreender os mecanismos fisiológicos que regulam a sensação de plenitude.
- Contribuição contra obesidade e doenças relacionadas.
- Reeducar o consumidor sobre benefícios a longo prazo.



Exemplo: Britannia NutriChoice cookies, Índia

"Amigável" diabéticos Essentials biscoitos de aveia desenvolvidos para ajudar os diabéticos a controlar oscilações extremas nos níveis de açúcar no sangue. Ajudam a controlar o colesterol no sangue, promove saciedade e permite permanecer ativo por mais tempo.







www.site.com.br

inspiring taste™

Trabalhando Juntos

Carbery & Synergy alinhando sabor
percepção e compreensão sabor de leite e
ingredientes funcionais

Plataforma Ciência Sensorial

Novas tecnologias e técnicas
Plataforma de Software Sensorial

Trabalhando Juntos

Carbery e North Carolina State University
para entender e oferecer soluções de sabor
para a proteína de soro de leite por meio de:

- Ciência Sensorial
- Compreensão da relação entre sabor,
processos de fabricação, armazenamento e
respostas do consumidor.



Trabalhando Juntos

Carbery e FHI-Incidindo sobre as
tendências de saúde, tal como
estabelecido pela OMS

- obesidade
- A doença cardiovascular
- Envelhecimento Saudável

*Um dos principais objetivos é que os
resultados da investigação são
realizados para a comercialização

Tendências	Soluções Synergy
Simples e bom	<p>Clean label</p> <p>Aromas Autênticos Naturais</p> <p>Aromas específicos - Produtos com alto teor proteico</p> <p>Mascarador de amargor</p> <p>Mascarador de proteína</p> <p>Mascarador de soja</p> <p>Extratos naturais de baunilha</p> <p>Potencializadores de notas lácteas</p> <p>Extratos de levedura láctea - Saporessé</p> <p>Substitutos parciais de sal</p> <p>Substitutos parciais de açúcar</p> <p><i>Suporte técnico em desenvolvimento de formulações “saudáveis”</i></p>
Saudável e Saboroso	
A&B como combustível “Fonte de energia”	
Envelhecer com saúde	
Saudável por natureza	
Saciedade	

Produtos	Saudável	Sabor	Conveniência	Saciedade	Clean Label
	<ul style="list-style-type: none"> - Rico em vitamina C - Fonte de Selênio 	<p>Indulgência combinada ao alto valor nutricional</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Embalagem prática - Pronta para beber 	<ul style="list-style-type: none"> - Nutrientes do soro de leite 	<ul style="list-style-type: none"> - Aroma e Corante natural - Sem conservantes
	<ul style="list-style-type: none"> - Alto teor proteico 		<ul style="list-style-type: none"> - 2 x mais proteína 	<ul style="list-style-type: none"> - 2 x mais proteína 	<ul style="list-style-type: none"> - Aroma Natural
	<ul style="list-style-type: none"> - Alto teor proteico 		<ul style="list-style-type: none"> - Embalagem individual - Pronto para o consumo 	<ul style="list-style-type: none"> - Fibras - 30% proteína 	<ul style="list-style-type: none"> - Aroma e Corante natural
	<ul style="list-style-type: none"> - Alto teor proteico - Zero teor de gordura - Sem açúcar 		<ul style="list-style-type: none"> - 27g proteína na porção 	<ul style="list-style-type: none"> - 27g proteína na porção 	<ul style="list-style-type: none"> - Aroma e Corante natural - Gluten free

Perguntas? Obrigada!

Mariza Sant'Ana – Marketing – msantana@carbery.com

Contatos Comerciais

Fernanda Caputo – Gerente de contas – fcaputo@synergytaste.com
Marcelo Colling – Representante Comercial – mcolling@synergytaste.com

(19)3826-7222 – contato@synergytaste.com

Rua José de Rezende Meirelles, 3.845 – Santa Cândida – Vinhedo - SP