



ENCONTRO PARANAENSE DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS

2018

Painel: Economia Circular

Tema: Embalagens: como repensá-las?

Palestrante: Ana Brum – Centro Brasil Design

Cultura
Tendência
Consumo
Comportamento
Oportunidade



Insights



Estratégias



Design
Marca
Embalagem
Branding
Posicionamento e Propósito
Economia Circular

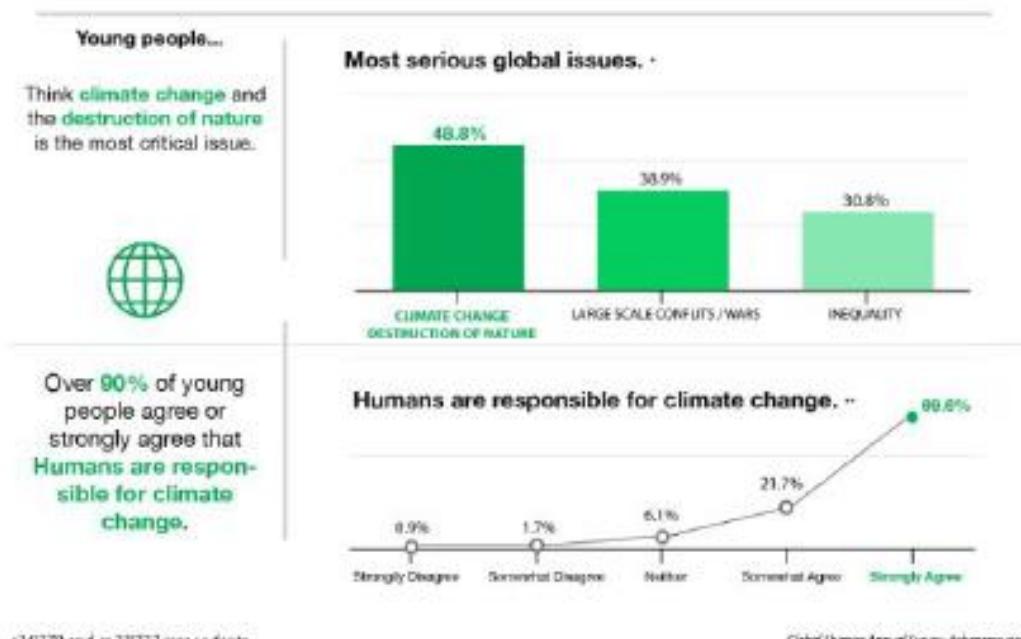
Negócio

Os jovens abaixo de 30 anos já representam 50% da população mundial.

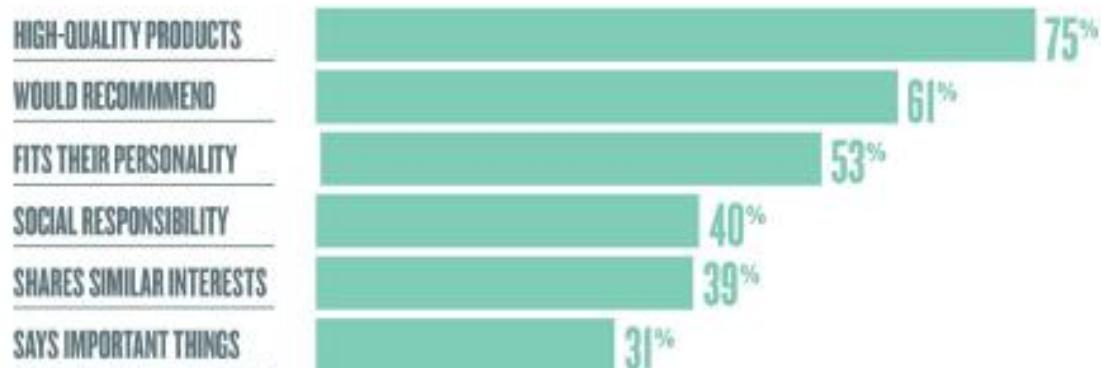
Fifty percent of the world's population is under the age of 30. This is the highest youth population in history, and the latest *World Economic Forum Global Shapers Survey* (covering more than 30,000 individuals under 30 from 186 countries) tells us what today's young leaders think about our world and their place in it.

So, what are the essential insights we should be acting on in 2018?

Firstly, the millennial generation views climate change and conflict as the most critical issues we face.



IMPORTANT BRAND CHARACTERISTICS FOR MILLENNIALS



Coca-Cola and Pepsi Are Both Losing Millennial Fans

Adweek · by Christine Barkner · December 5, 2016



The battle between Coca-Cola and Pepsi just found some common ground. Fans of both cola brands are quite different in terms of education and political leanings, but both are skewing older, according to new data from ecommerce and consumer analytics provider Connexity.

Coke's largest audience is 35 to 44, while Pepsi's is 65 and over, and both under-indexed in the 18- to 24-year-old demographic.

Refrigerantes têm menor apelo sobre os Millennials, e quando comparados com outras bebidas o desempenho é ainda pior.

- Coke drinkers lean more towards having at least a college degree, while Pepsi audiences skew towards having only high school degrees.
- Pepsi audiences are much more likely to be low-income: Pepsi customers are 28 percent more likely than the average person to earn under \$20,000 a year, while Coke customers are 20 percent less likely to earn under \$20,000 a year.
- Pepsi customers are 16 percent more likely than the average person to be self-confessed "TV addicts," while Coke customers are 12 percent less likely to be.



79% dos adultos americanos consomem chá regularmente e destes, 60% consomem opções Ready-To-Drink*.

RTD* são bebidas de baixa caloria, bebidas mistas à base de sucos ou ervas, efervescentes ou não, como Kombucha.



PACKAGED WITH CARE

Our unique recipes deserve a proper outfit. We strive to be as irresistible on the outside as on the inside with our signature pots. We are sustainable, we use terracotta and glass pots because we care about preserving both our yogurt and the environment. Reuse, recycle and enjoy them in infinite ways: follow your imagination!



Fancy Food Show NY, 2018

Reforço sobre o uso de ingredientes importados pelo fato de ser feito nos EUA.



As alergias são
grande problema nos EUA

Engajamento e canais de contato
amplamente explorados

ingredients:

organic beets^o, organic gluten free oats^o, pineapple, coconut nectar^o, cranberries* (apple juice infused), coconut sugar^o, almonds, quinoa puffs^o, coconut chips^o, pepitas^o, hemp seeds^o, lemon juice^o, dried apples*, buckwheat^o, chia^o, amaranth puffs^o, sunflower seeds^o, peeled ginger^o, cold-pressed apple juice^o, sea salt.

^oOrganic,*unsulfured dried fruit

Contains: almonds,coconut

GF- Handcrafted with love in a dedicated gluten-free bakery.

Gluten Free, Dairy Free, Soy Free, Vegan.

No refined sugars. No artificial colors, flavors or preservatives aka #nonasties

Somos pequenos, nós mesmos fazemos.

Nós podemos, somos pequenos.

PLEASE RECYCLE Your Bottle.

HOW TO ENJOY:

We encourage our customers to be adventurous with Garden Granola and make it their own.. but here are few of our favorite ways to enjoy it... other than on it's own.. straight out of the bag.

- With almond, coconut, oat or cow's milk
- On top of greek yogurt or coconut yogurt
- On top of avocado toast
- On top of ice cream
- On top of salad

STORAGE:

We don't use any artificial colors, flavors or preservatives so our shelf life is limited.

Garden Granola keeps best when:

- Stored in a dry cool place.... away from direct sunlight.
ie. not a hot car or in front of a window
- To keep product tasting it's freshest, remember to screw back on cap.

Nossa comida é real.

Sabemos como é a vida real.

Crescimento
mundial de 25% dos
lançamentos de
produtos posicionados
como veganos





O market share de produtos *gluten free* ou *lactose free* aumentou 15% em 2016 versus 7% em 2012.



Processo ...



Priorizar!













ENCONTRO
PARANAENSE
DA INDÚSTRIA
DE ALIMENTOS
2018





A embalagem é a carta de
apresentação de um produto



Além da função ...



Atributo do marketing ...





Experiências ...





Unidade e identidade ...

Informações técnicas ...



PACKAGING





Smart ...



腐る食品表示
Fresh Label

Segurança alimentar ...

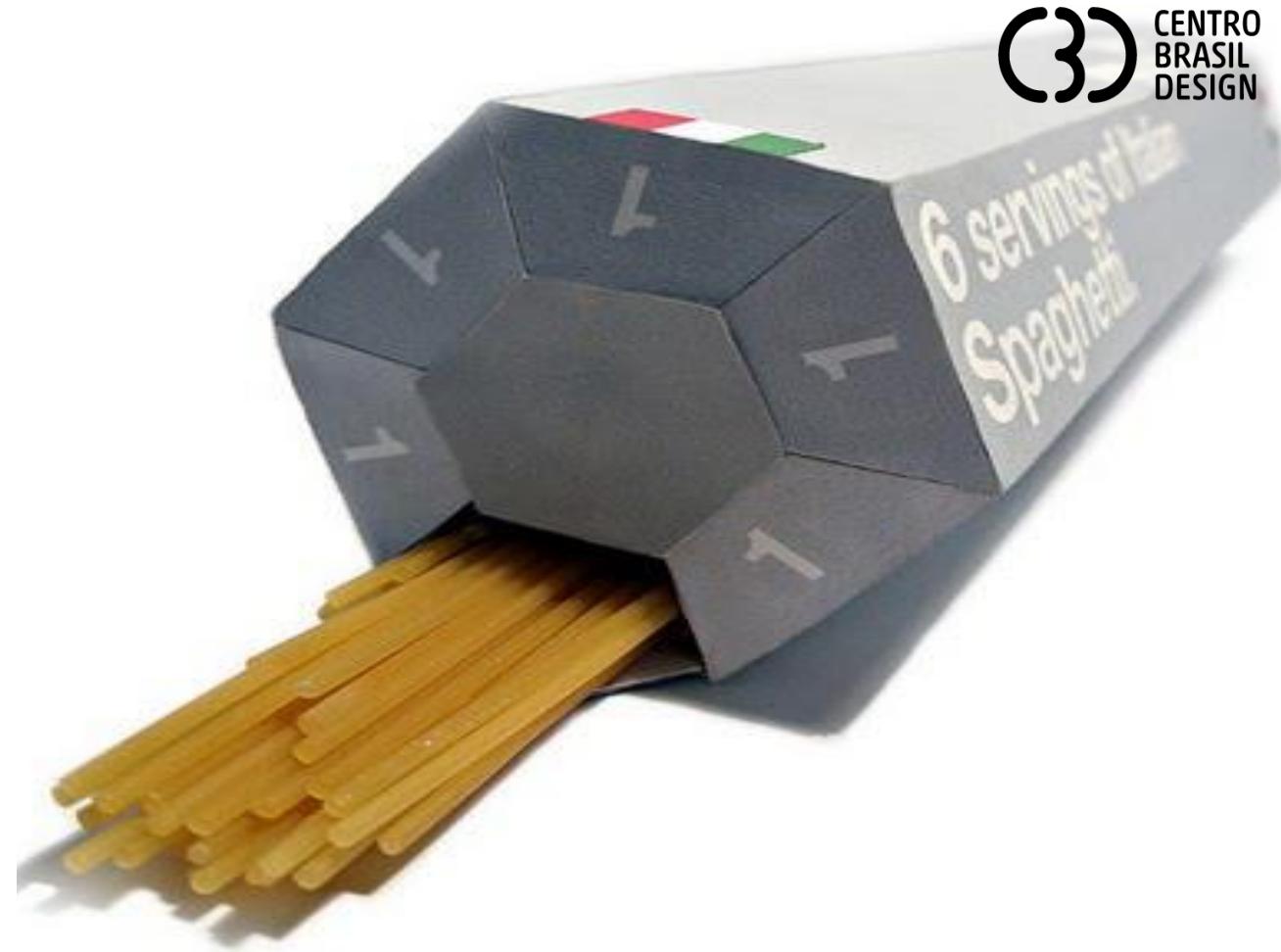




Sustentabilidade ...



Comportametais ...







Multifunção...





Inclusivo ...

CERVEJARIA COLORADO
Nova linha de rótulos em braile





Estilo de vida ...

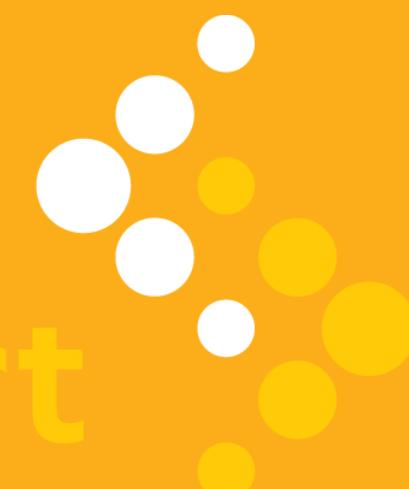


Como unir estas demandas?





design**export**



CENTRO
BRASIL
DESIGN



Design Export

O Design Export é um programa inédito que apoia empresas brasileiras no desenvolvimento de produtos e embalagens inovadores e de bom design voltados à exportação.

Além de contribuir no desenvolvimento técnico em design dos novos produtos e embalagens, por meio de **consultorias, capacitações e recurso financeiro**, o Programa Design Export também acompanha todo o processo de gestão do design nas empresas criando uma **cultura organizacional de inovação, design e exportação**

1^a edição: 2012 a 2015 > **100 empresas**

2^a edição: 2016 a 2018 > **200 empresas**

3^a edição: 2018 a 2020 > **600 empresas**



A CADA
4
DIAS,

1 NOVO PROJETO
INOVADOR



 **767**
Produtos
exportados

 **138**
Destinos


24 Setores
119 Cidades
17 Estados
TODAS
REGIÕES


US\$ 148 milhões exportados

130 Empresas
exportadoras
6,5% Taxa de
conversão


97% Expectativa positiva
de aumento de vendas


R\$ 3,5 milhões investidos em
design

R\$ 26 milhões Intenção de
investimentos




13 Consultores

125 Escritórios de design


99,2% Pretendem utilizar
design novamente


79 Empresas de embalagem
122 Produtos

EXPORTAÇÕES



US\$ 92
milhões

2015

US\$ 148
milhões

2017



ALIMENTOS E
BEBIDAS

19,9%

CAFÉ DA CONDESSA

Design: Casa Rex



Antes

CBD CENTRO
BRASIL
DESIGN

Exportação para Chile

(500kg - USD 5.500,00)

Envio de amostras para
Argentina e França

Negociação com
Duty Free

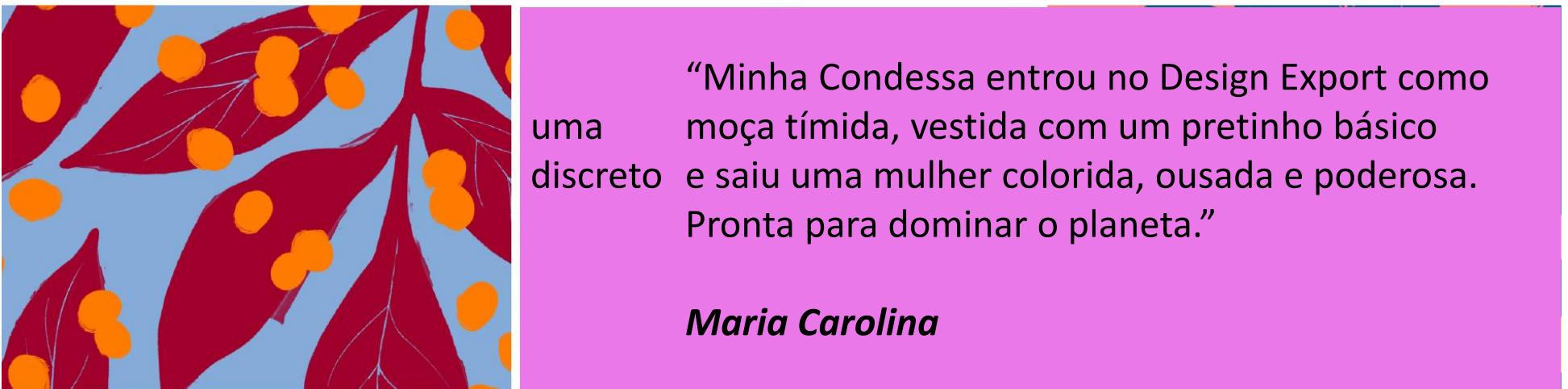
Negociação com importadora na
Itália

Única embalagem brasileira
ganhadora do Pentaward 2018

C
Café da Condessa
MICROLOTE



Depois



SEU NINICO

Design: Obah Design



Antes



**2 modelos de embalagem, adequadas para
freezer horizontal e vertical**

**Tradução da embalagem em 3 idiomas
(inglês, espanhol e francês)**

**Exportação para Dubai
(600kg – USD 2.142,00)**

**Novos mercados em MG
(venda em 2 grandes mercados em BH)**

Negociação com EUA



Depois

FRUTOS DA AMAZÔNIA

Design: Chelles e Hayashi



Antes

**Embalagens bilíngue e em pouch
com foco no mercado dos EUA
(português e inglês)**

**Exporta para Alemanha, França
e Emirados Árabes**

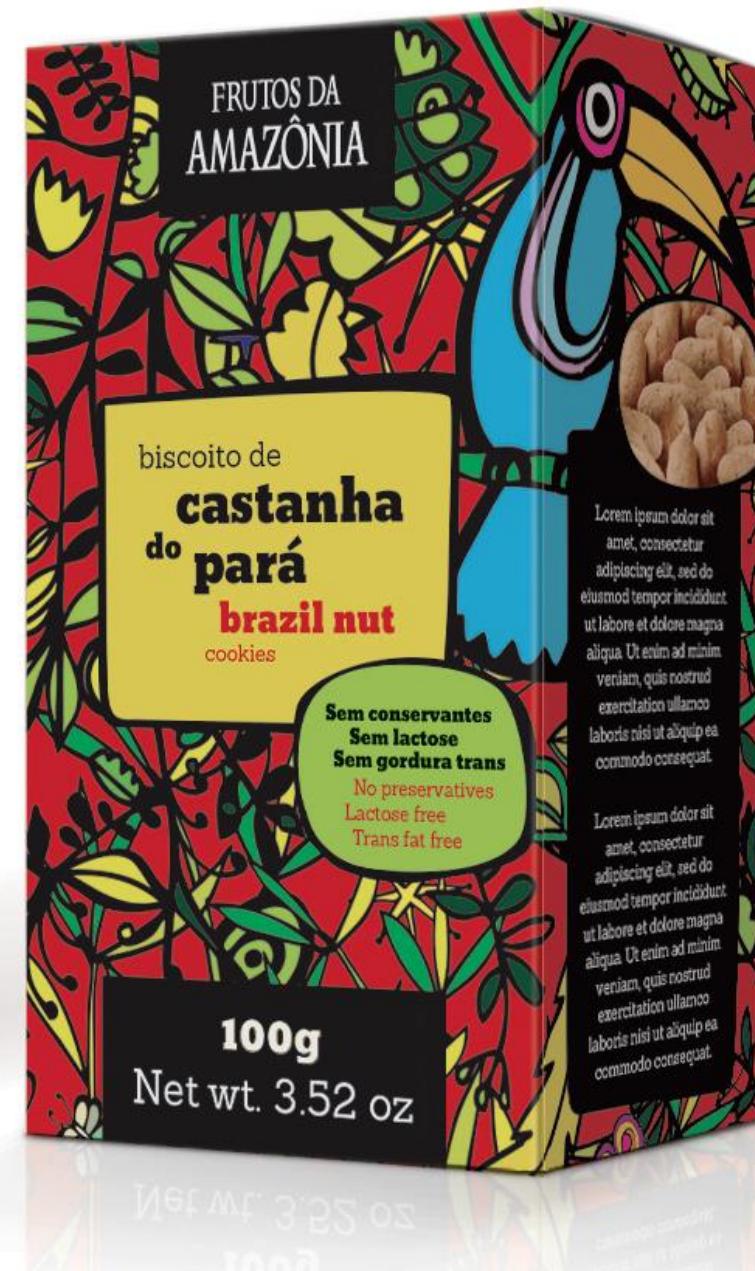
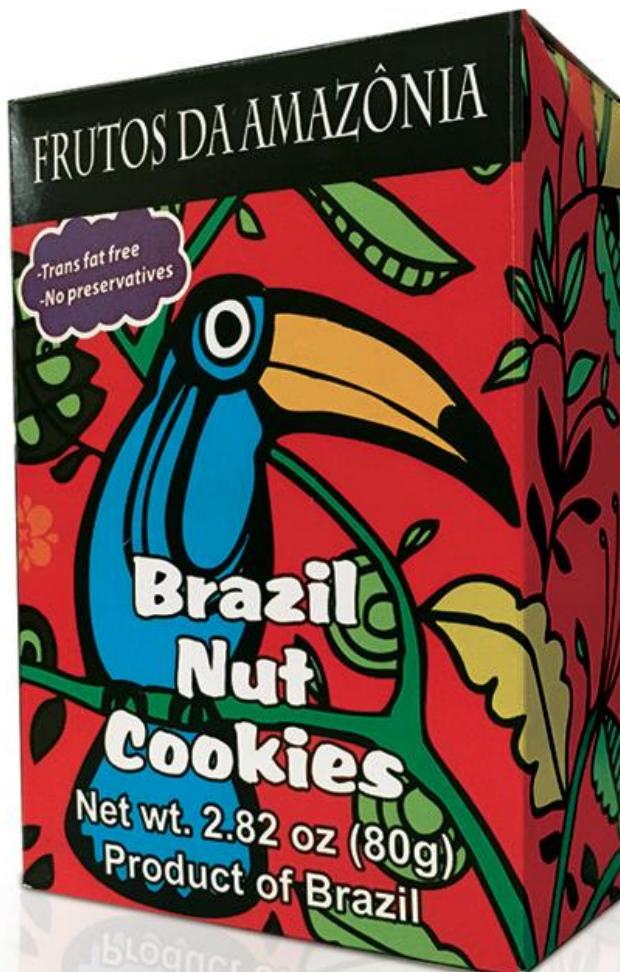
**15% do faturamento
é Exportação**

**Vendas regulares para Kaufhof
(Alemanha)**

**Lançamento na YUMME Middle East
(Dubai, Emirados Árabes)**



Depois





O Centro Brasil Design tornou-se signatário da Rede Brasil do Pacto Global, iniciativa da Nações Unidas (ONU) para mobilizar a comunidade empresarial na adoção e promoção, em suas práticas de negócios, de Dez Princípios universalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Com a criação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), o Pacto Global também assumiu a missão de engajar o setor privado nesta nova agenda.

O Centro Brasil Design compromete-se a internalizar e a direcionar ações a 5 dos compromissos:



Network Brazil
WE SUPPORT

Obrigada!

Ana Brum

Diretora Técnica

Centro Brasil Design

anabrum@cbd.org.br



**ENCONTRO
PARANAENSE
DA INDÚSTRIA
DE ALIMENTOS
2018**