

COULINARY

SWEET
2022
TRENDS



SWEET TRENDS 2022



Olá!

Eu me chamo Pedro Bello e sou fundador da Coolinary, consultoria de inovação em Food Service que atua desde 2013 com Food Design, Food Trends e Food Innovation junto à marcas de alimentação de diversos tamanhos e segmentos.

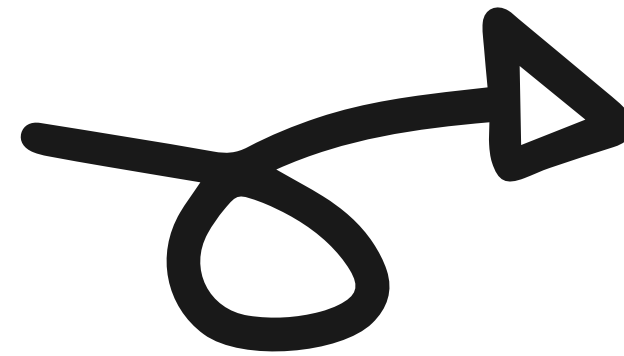
Esse relatório de tendências surgiu da necessidade de identificar e antecipar as principais tendências de alimentação que impactam especificamente um mercado pelo qual somos completamente apaixonados: **doces e confeitaria**.

Espero que ele seja útil a você que está lendo, assim como é para todos os nossos clientes e parceiros que tornam o dia a dia das pessoas mais doce.

Pedro Bello

BEM-VINDOS AO FUTURO

E o futur. será doce!

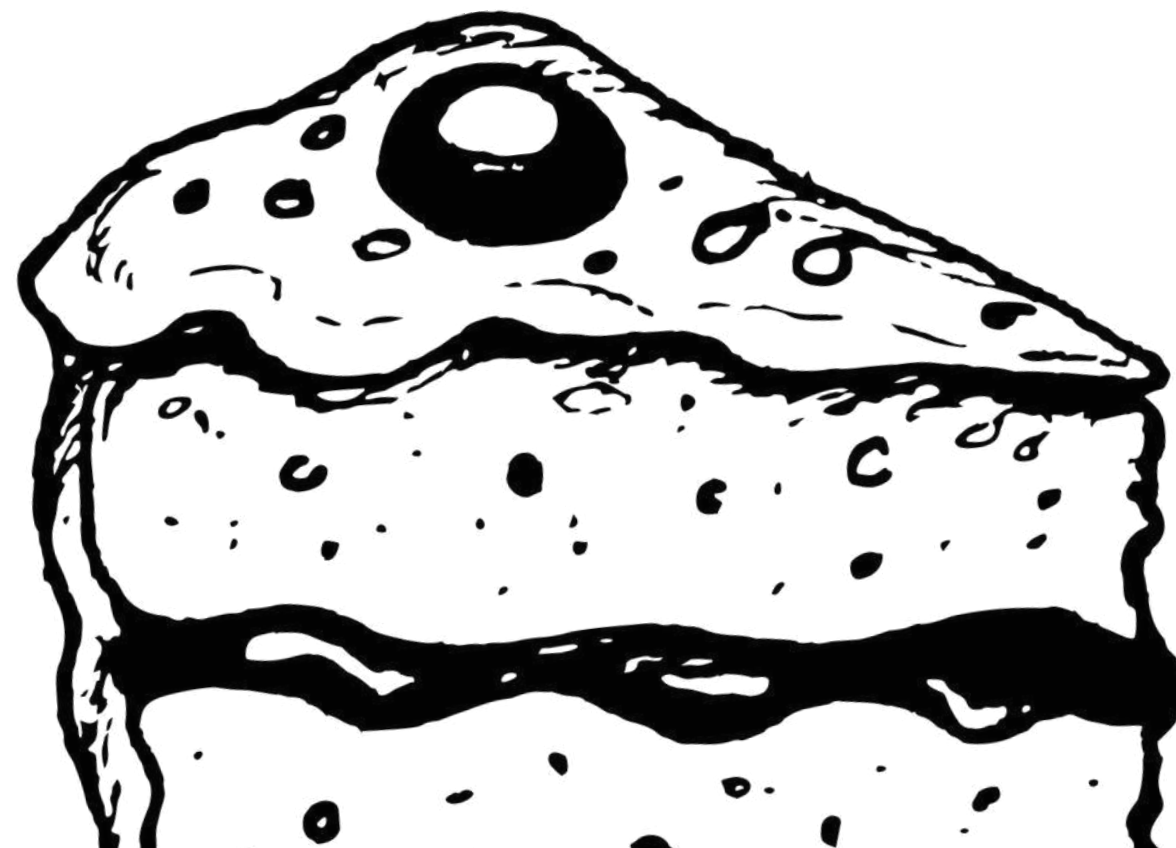


1) FORMIGAS 2.0

2) TENDÊNCIAS 2022

3) CONCLUSÕES

4) SWEET BOARD 2022



1) FORMIGAS 2.0

O novo consumidor de doces



As pessoas realmente estão consumindo menos doces?
O açúcar é realmente um vilão? O que mudou na nossa
relação com o açúcar?





Indulgência proposital é a nova indulgência permissível



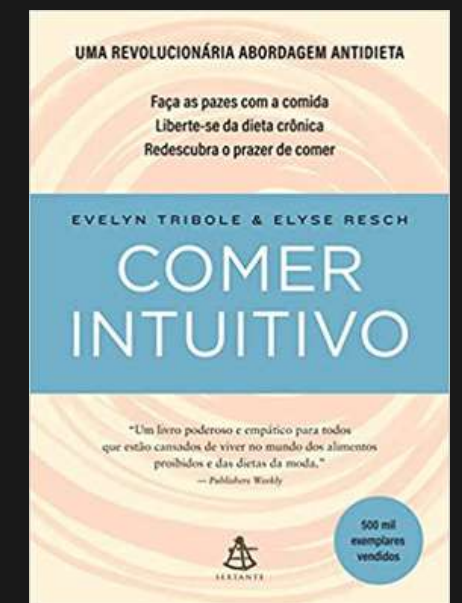
"Durante a pandemia, muitas pessoas se permitiram consumir alimentos e bebidas indulgentes como forma de autocuidado. Na verdade, 56% dos consumidores globais compram alimentos reconfortantes regularmente como resultado da covid-19. Os consumidores estão reconhecendo que, desde que essas escolhas sejam propositaladas – e não impulsivas, a indulgência tem um papel importante em uma relação saudável com os alimentos"

Rodrigo Setti, gerente de negócios da ADM

A nova dieta não é exatamente uma dieta



A mentalidade de culpa e privação radical promovida pela cultura das dietas dá espaço a um comportamento de consumo de doces mais equilibrado e intuitivo, sem restrições insustentáveis. Dessa forma, seu consumo segue mais associado a momentos de lazer, conforto e autocuidado.



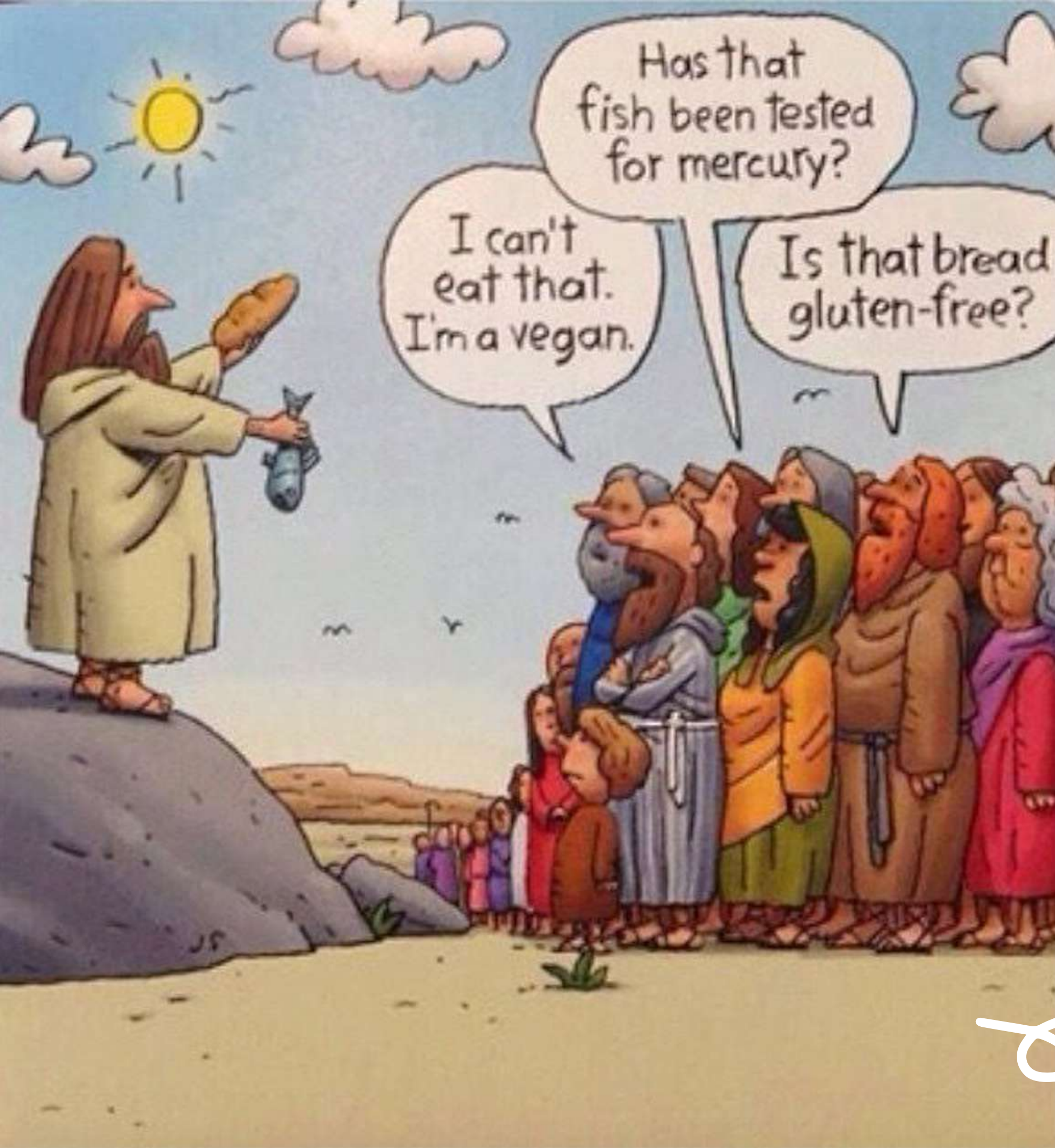
“ SEJAMOS HONESTOS. NÃO SE COME UM BISCOITO COMO ALIMENTO. COME-SE UM BISCOITO PELA BELEZA DA SATISFAÇÃO, PELA LIBERDADE DE PODER FALAR: "SEI QUE TALVEZ O BISCOITO NÃO EQUILIBRE MINHA DIETA HOJE, MAS VAI ME DEIXAR FELIZ... E ME LEMBRAR DE QUE A VIDA É MUITO CURTA PARA SE PREOCUPAR COM QUANTOS BISCOITOS EU COMI”

CHRISTINA TOSI, CHEF FUNDADORA DA MARCA MILKBAR

Um consumidor
(ainda mais)
exigente



O acesso a ingredientes especiais, a grande oferta de opções e a associação de doces a momentos especiais ajudaram a criar um consumidor ainda mais exigente, mesmo diante da escassez de recursos e da queda de poder aquisitivo. Em resumo, o consumidor está em busca de qualidade, mesmo quando o principal fator de decisão de compra é o preço. Há demanda para produtos bons e baratos e também para produtos caros e especiais. No entanto, produtos caros e sem qualidade percebida estão com os dias contados. É o fim da era dos produtos "gourmetizados".



Exigente e... específico!

Atualmente, dietas especiais deixaram de ser uma condição para poucos e se tornaram uma opção para muitos. Sejam motivadas por questões de saúde ou por fatores políticos/ambientais, é um fato que novas demandas como zero açúcar, zero glúten, zero lactose ou zero ingredientes de origem animal estão sendo cada vez mais incorporadas ao inconsciente coletivo, gerando novas oportunidades e obrigando toda a cadeia de Food Service a se adaptar e reinventar.

Mesmo quando o assunto é indulgência, ninguém pode ficar de fora.



2) TENDÊNCIAS 2022

*Novas maneiras de
adoçar a vida*



Tendências são fenômenos sociais e culturais com potencial de influenciar o comportamento do consumidor. Conheça agora as 13 principais tendências que irão mudar a forma como consumimos doces em 2022.



1) Cardápios Enxutos

Oferecer menos opções no cardápio, além de ser uma estratégia para reduzir custos com funcionários e insumos, também torna mais objetivo o processo de decisão por parte do consumidor, permitindo ao estabelecimento executar menos itens, porém com mais qualidade.



Doce Sonho

CARDÁPIO DE DELÍCIAS SEMANAIS

CUPCAKES DE SEGUNDA • R\$ 6 CADA

Sabores incluídos, baunilha, red velvet, chocolate ralado, café e chá verde

DONUTS DE TERÇA • R\$ 5 CADA

Sabores incluídos, chocolate, manteiga de amendoim, delícia da bavária, cheesecake de morango e chá verde

BOMBAS DE QUARTA • R\$ 3 CADA

Sabores incluídos, red velvet, bolo de aniversário, abóbora apimentada, gergelim torrado e fusão de bagas

BROWNIES DE QUINTA • R\$ 6 CADA

Sabores incluídos, mocha, café, chá verde, red velvet e chocolate supremo

FATIAS DE BOLO DE SEXTA • R\$ 9 CADA

Sabores incluídos, baunilha, red velvet, chocolate ralado, café e chá verde

PARA INFORMAÇÕES: (12) 345 • SITEBACANA.COM.BR RUA QUALQUER LUGAR, 123, QUALQUER CIDADE

2) Novas Formas De Vender

A comodidade do delivery veio para ficar. Ainda uma categoria em crescimento, muitas marcas de doces passaram a oferecer seus produtos nas diversas plataformas e aproveitaram o modelo de dark kitchens para expandirem seus negócios de forma mais consciente e segura. Os produtos e embalagens também foram adaptados para atender demandas específicas do segmento.



3) Vegano & Plant Based

O mercado de plant based (produtos sem ingredientes de origem animal) no Brasil registrou um crescimento anual de 11,1% nos últimos cinco anos, segundo dados da agência Euromonitor. O faturamento do setor, que era de US\$ 48,8 milhões em 2015, passou para US\$ 82,8 milhões em 2020 – uma alta de quase 70% no período, o que comprova a necessidade cada vez maior de se pensar alternativas para esse perfil de consumidor.



4) Doces Alternativas

Uma maior preocupação com a saúde em geral, intensificada pela pandemia do COVID-19, fez com que muitos consumidores de açúcar revisassem seu consumo, seja limitando seu consumo ou buscando opções com adoçantes alternativos, cada vez mais disponíveis.



5) Eu mereço!

Os consumidores têm recorrido à indulgência como forma de lidar com o caos e o stress, devido ao conforto e o alívio que as comidas indulgentes proporcionam, tanto doces quanto salgadas. Esse comportamento pode coexistir, inclusive, com uma dieta regular mais saudável como uma válvula de escape ou eventos de lazer.



6) Snackficação

Devido à rotina e à correria do dia a dia, consumidores (especialmente do perfil millennial) têm recorrido a pequenos "lanches" ao longo do dia como forma de ganhar tempo ou até mesmo substituir refeições. Esses lanches podem ser saudáveis ou indulgentes, de forma a prover um momento de lazer e pausa ao longo do dia.



7) Chocolate Com Tudo

Os consumidores anseiam por variações dos chocolates tradicionais que proporcionem alegria e conforto. Sabores inusitados, novas texturas, combinações com outras sobremesas clássicas e formatos visualmente estimulantes serão bastante demandados em 2022.



8) Conceitos Únicos

Para ter uma marca popular que os seus convidados estejam dispostos a promover nas redes sociais, é importante estabelecer um conceito único e especial, com algo a mais. Seja nas comidas, bebidas ou no ambiente instagramável, a experiência gastronômica dos seus convidados é essencial para que outros visitem o seu local e para que ele se torne popular.



9) Bolos Épicos

A massa e o recheio podem até continuar os mesmos, mas os formatos... como mudaram. Ou melhor, vão mudar em 2022, com a chegada dos bolos mais ousados do planeta. Personagens, 3D, cores, texturas e até mesmo receitas que desafiam a gravidade. Vale tudo para ganhar o consumidor pelos olhos, antes do estômago.



10) Bebidas (Mais Que) Especiais

Bebidas especiais de diversas categorias como cafés, milkshakes, frapês ou até mesmo coquetéis alcoólicos também são importantes geradores de fluxo e experiência para marcas, sendo também uma fonte de indulgência e lazer para um público cada vez mais ávido por novidades.



11) Chá da Tarde é o Novo Happy Hour

Em 2022, o chá não vai ser só uma bebida: vai se transformar em estilo de vida. Esta pode ser uma notícia antiga para os nossos amigos do Reino Unido, mas a hora do chá da tarde merece o devido valor. E nada como uma boa seleção de doces finos para tornar esse momento ainda mais especial e instagramável.



12) Nostalgia

A nostalgia e o sabor retrô nos seguem em 2022. Todos nós temos uma forte conexão entre sabores, aromas e boas memórias. Os pratos antigos lembram-nos de um momento confortável e despreocupado. Esta moda alimentar está aqui para ficar ao longo dos próximos anos. É uma questão de simplicidade e sabores completos, em vez de dietas complicadas e os superalimentos mais recentes.



13) Hiper Personalização

A busca por experiências únicas, serviços e produtos personalizados vem se tornando mais presente no mercado. Os clientes já não se conformam com produtos padronizados e feitos em larga escala, e encontraram na personalização uma forma mais autêntica para se expressarem.



3) CONCLUSÕES

Adaptar para sobreviver

É preciso se adaptar aos novos modelos de operação e atendimento. O delivery deixa de ser uma opção e se torna uma necessidade.

Indulgência sem culpa

Incorporar as novas demandas de saudabilidade dos consumidores ajuda a estabelecer um canal de diálogo com um novo público, podendo representar uma nova e importante receita incremental.

Cultura da inovação

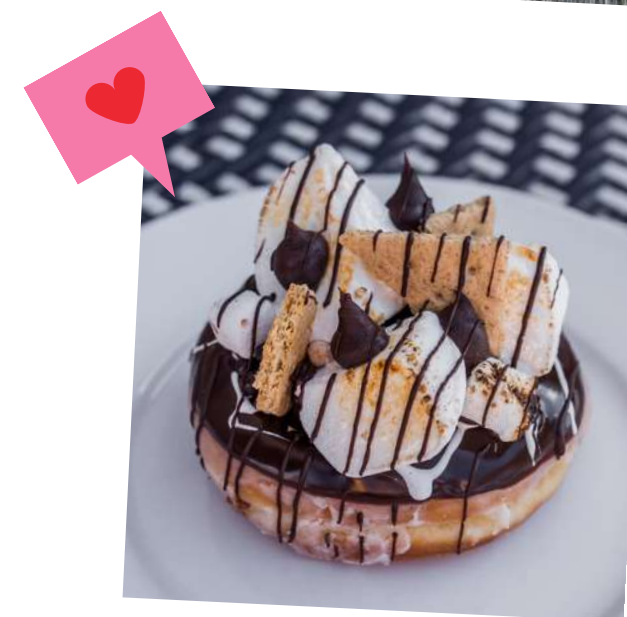
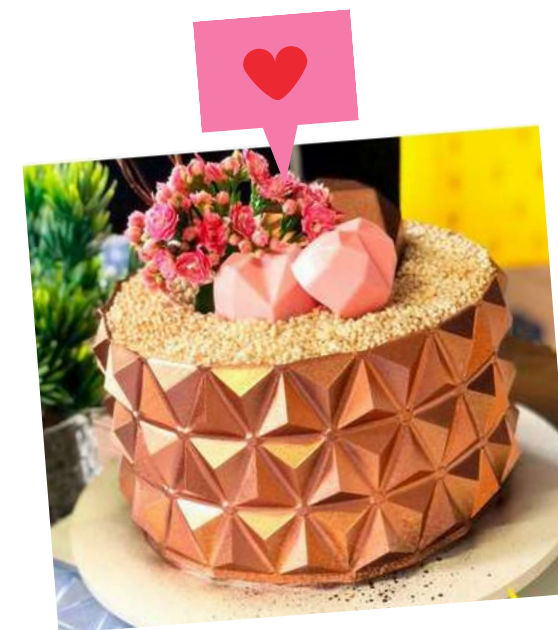
Quando pensar em seu portfólio de produtos, reserve sempre um espaço para testar novos produtos e propostas inovadoras.

Experiência multissensorial

Alimente todos os sentidos do seu consumidor para obter uma experiência mais completa e cativante com sua marca.

4) SWEET BOARD 2022

A pegada doce do ano

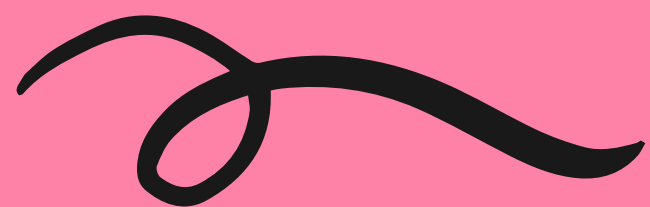


**TEM DÚVIDAS EM COMO
APLICAR TENDÊNCIAS NO
SEU NEGÓCIO?**



**ENTRE EM CONTATO CONOSCO:
CONTATO@COOLINARY.COM.BR**

OBRIGADO



COULINARY