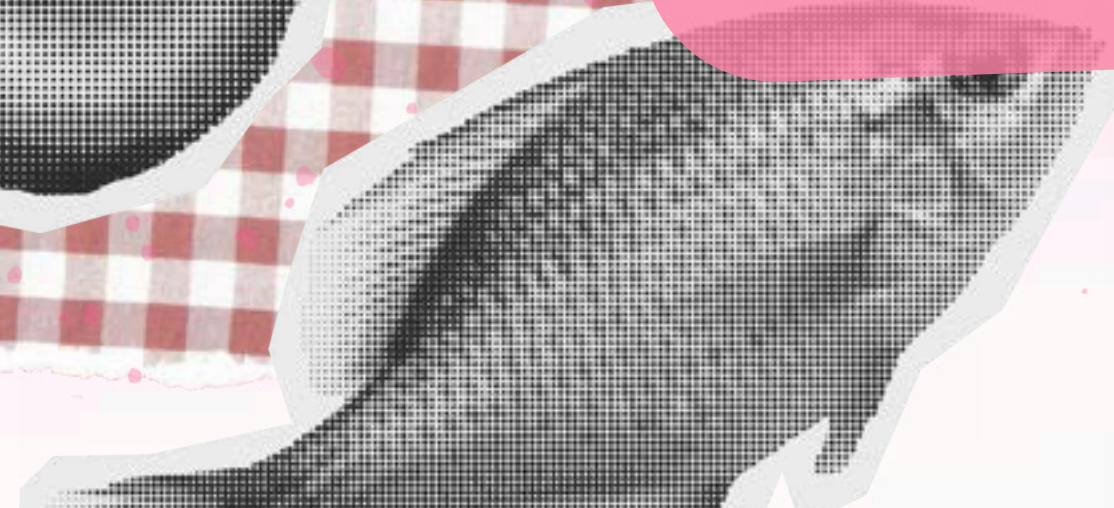


COULINARY

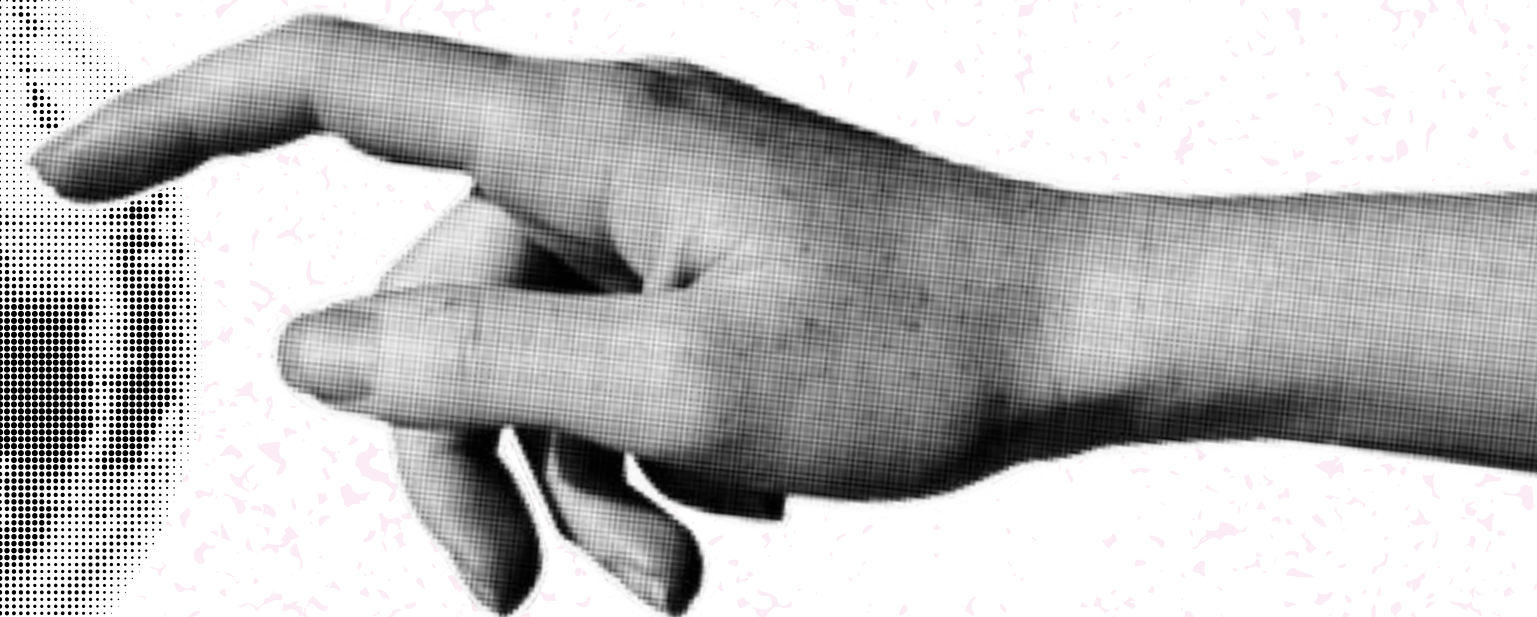
FOOD TRENDS 2025



2025: Um ano de **RECONEXÃO**



Reconexão será a palavra que definirá o universo da alimentação em 2025. Neste ano, equilibraremos conveniência com propósito, saudabilidade com prazer e criatividade com sustentabilidade. Com a personalização guiada pela IA, formatos disruptivos e a valorização de pequenos prazeres, 2025 nos convida a reinventar nossa relação com a comida e com o planeta, unindo inovação e significado.





Revolução na Mesa: O Novo Consumidor

O consumidor de hoje está mais exigente, consciente e conectado do que nunca. Ele quer praticidade, mas não abre mão de qualidade e significado. Para ele, a alimentação já é muito mais do que simplesmente comer – é uma forma de expressar quem é e o que acredita.

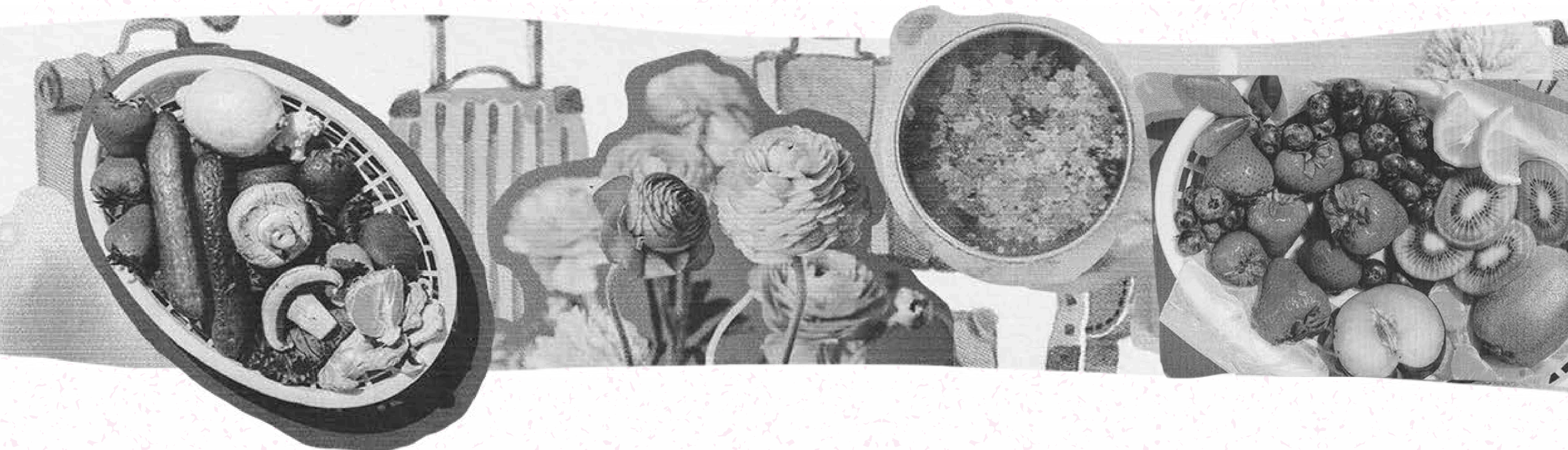
Com uma visão mais clara sobre seu impacto no mundo, ele escolhe marcas responsáveis e busca opções personalizadas, feitas sob medida para suas preferências e estilo de vida. Ao mesmo tempo, valoriza momentos que tragam prazer e criatividade, preferindo formatos que o coloquem mais no controle.

Para acompanhar esse consumidor, não basta inovar. É preciso entender suas expectativas, entregar experiências que realmente façam sentido e, acima de tudo, oferecer mais do que um produto: oferecer propósito. O futuro já está aqui, e ele exige mais.

FOOD TRENDS



Descubra agora as 10 tendências globais que vão redefinir a maneira como nos alimentamos em 2025.



1. Conveniência e Praticidade

A conveniência deixou de ser um diferencial e passou a ser uma exigência na alimentação. Em um mundo onde o tempo é um dos recursos mais valiosos, os consumidores buscam soluções que simplifiquem sua rotina sem comprometer a qualidade. Alimentos prontos, kits de preparo rápido e serviços de entrega eficiente ganham espaço, mas com uma evolução: agora, praticidade precisa vir acompanhada de saúde, sabor e sustentabilidade.

As marcas que conseguem unir esses elementos, oferecendo produtos e experiências ágeis, mas com propósito, se destacam nesse cenário. Em 2025, a conveniência não é apenas sobre rapidez, é sobre facilitar escolhas conscientes e prazerosas.

Tendência na Prática:

Espresso Martini
engarrafado
Mr Black



Sopas enlatadas
saudáveis
Jane Foodie



Batatas congeladas
para airfryer
McCain



logurte proteico
para beber
Nestlé



2. Saudabilidade 2.0

A busca por uma alimentação saudável evoluiu. Saudabilidade 2.0 vai além de rótulos e restrições; é sobre encontrar o equilíbrio entre bem-estar físico, mental e emocional. Os consumidores querem alimentos que não apenas nutram seus corpos, mas que também proporcionem prazer e se encaixem em suas rotinas e valores.

Essa nova abordagem abraça ingredientes funcionais, personalização e transparência, ao mesmo tempo em que elimina a ideia de "sacrifício" associada a escolhas saudáveis. Produtos inovadores e inclusivos, que atendem diferentes dietas, alergias e preferências, se tornam essenciais. Saudabilidade 2.0 é sobre comer bem, sentir-se bem e, acima de tudo, viver bem.

Tendência na Prática:



3. Pequenos Prazeres

Em meio à correria do dia a dia, os consumidores redescobrem o poder dos pequenos prazeres. Esses momentos simples, mas significativos, tornam-se essenciais para aliviar o estresse, trazer conforto e celebrar a vida. Seja uma sobremesa indulgente, um café especial ou um snack gourmet, essas experiências oferecem uma pausa necessária e reconfortante.

Os pequenos prazeres não precisam ser extravagantes, mas devem ser memoráveis. Alimentos que despertam emoções e remetem a momentos de felicidade conquistam espaço, conectando o consumidor a sentimentos de recompensa e bem-estar. Em um mundo cada vez mais complexo, é nos detalhes que encontramos a verdadeira satisfação.

Tendência na Prática:

Snacks gostosos e saudáveis
TruFru



Chocolates de grife
Louis Vuitton



Brunch asiático
Yauatcha City



Latinhas de sobremesas
Godiva



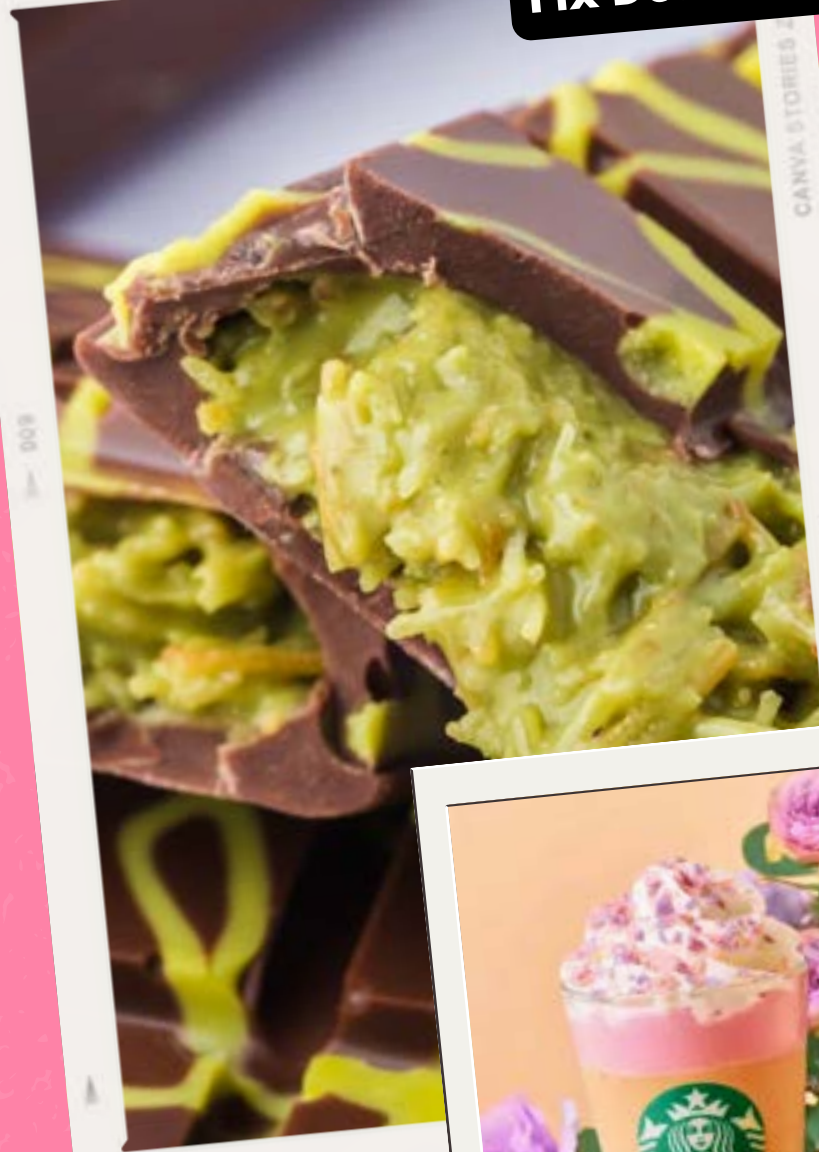
4. Sabores Supreendentes

Os consumidores estão mais abertos do que nunca a explorar o novo, e a alimentação se torna um território para experiências ousadas e inesquecíveis. Sabores surpreendentes, combinações inusitadas e criações que desafiam o paladar ganham protagonismo, despertando curiosidade e transformando cada refeição em uma aventura sensorial.

Essa tendência celebra a criatividade e a experimentação, misturando influências globais, tradições locais e inovação tecnológica para criar algo único. Alimentos e bebidas que provocam o inesperado cativam os consumidores, oferecendo não apenas sabor, mas também história e emoção. É uma jornada de descoberta, onde cada mordida ou gole revela uma nova possibilidade.

Tendência na Prática:

**Chocolate de Dubai
Fix Dessert Chocolatier**



**Pirulitos picantes
Tamalitoz**



**Bebidas com
infusões florais
Starbucks Japão**



**Café sabor
massa de cookie
Nescafé**



5. Criatividade sem Limites

Na alimentação, a criatividade rompe barreiras e transforma o comum em extraordinário. Produtos, serviços e experiências são reinventados para surpreender e encantar, desafiando convenções e criando novas possibilidades. Esse movimento vai além do visual e do sabor, explorando formatos, texturas e narrativas que conectam o consumidor de forma profunda e inesperada.

Marcas que ousam pensar fora da caixa capturam a atenção de um público sedento por novidades. Seja através de design inovador, storytelling cativante ou combinações disruptivas, a criatividade sem limites se torna uma ferramenta poderosa para criar conexões emocionais e entregar valor de maneira única. No prato, na embalagem ou na experiência, tudo é espaço para inovação.

Tendência na Prática:



6. Formatos Disruptivos

Os formatos tradicionais de operação estão sendo desafiados por modelos disruptivos que transformam a forma como nos relacionamos com a alimentação. Dark kitchens, lojas autônomas, delivery inteligente e experiências híbridas estão criando novas possibilidades, misturando conveniência com conceitos únicos e inusitados.

Essa tendência vai além da eficiência. Trata-se de oferecer experiências que surpreendem, combinando diferentes formatos de consumo, como restaurantes que funcionam também como mercados, cafés coworking ou eventos gastronômicos imersivos. Essas propostas híbridas conectam inovação e criatividade, criando interações que tornam o ato de comer muito mais do que uma simples transação — uma experiência memorável.

Tendência na Prática:



**Empório saudável com restaurante
Whole Foods**



**Café Boutique com loja de roupas
Zara Café**



**Cafeteria na janela
Grafika**



**Bar e livraria
Bibliotheque**

7. IA na Cozinha

A inteligência artificial está transformando a forma como alimentos são criados, preparados e consumidos. Da análise de preferências dos consumidores ao desenvolvimento de receitas inovadoras, a IA atua como uma parceira criativa e estratégica na cozinha. Ela permite combinações de sabores mais assertivas, otimização de processos e personalização em níveis antes inimagináveis.

Além de eficiência, a IA na cozinha abre espaço para experimentações audaciosas, como receitas geradas por algoritmos, ajustes precisos de ingredientes e até experiências culinárias interativas. A tecnologia não substitui a criatividade humana, mas a potencializa, ajudando marcas e chefs a atenderem às expectativas de um consumidor cada vez mais exigente e curioso.

Tendência na Prática:



Lixeira compostável inteligente
Cavdle



App que cria receitas com ingredientes disponíveis
Chef GPT



App que analisa comidas por IA
Foodvisor



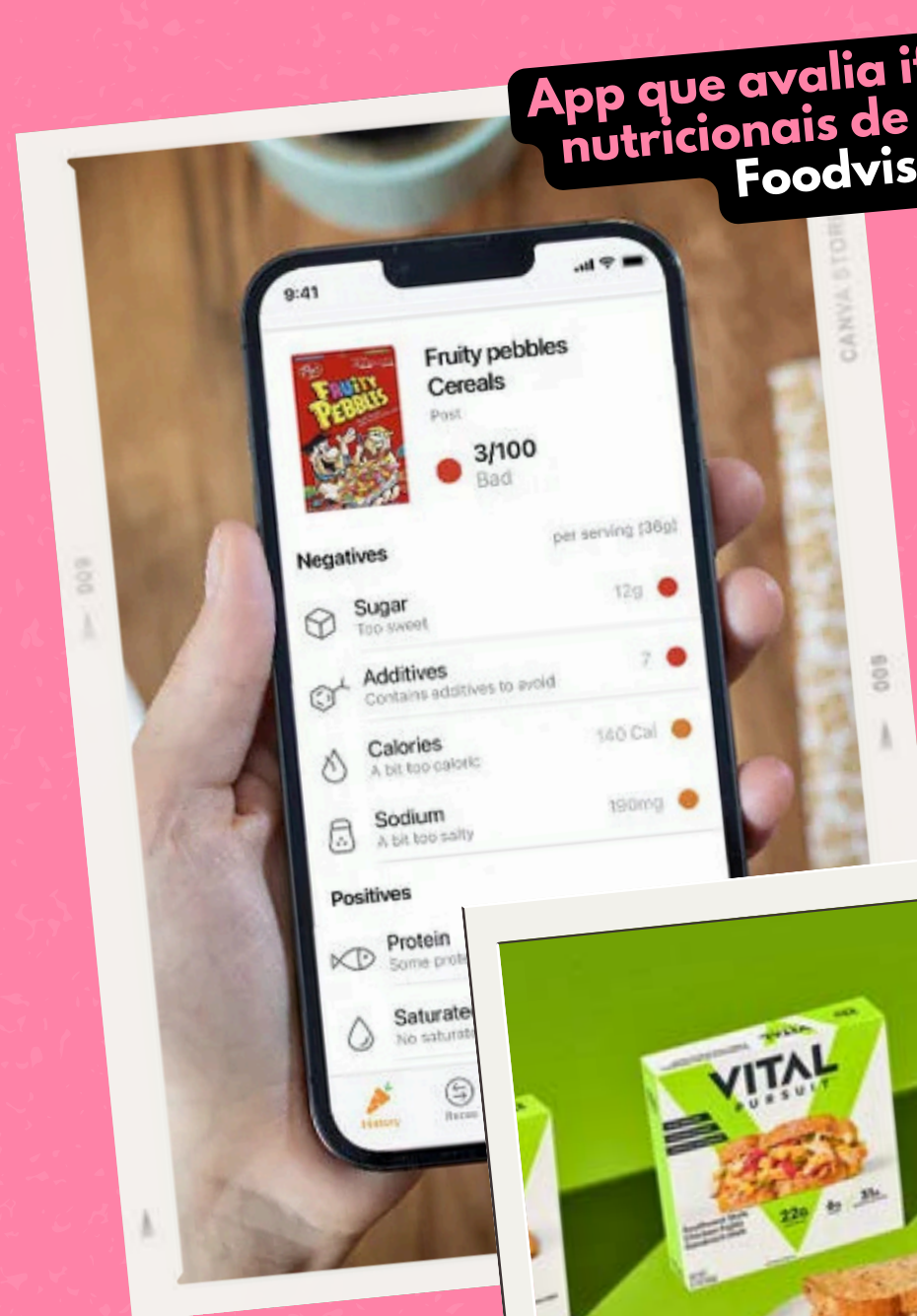
Panela de pressão inteligente
Chef IQ

8. Alimentação Personalizada

A alimentação personalizada está transformando a forma como nos relacionamos com a comida. Os consumidores buscam soluções que atendam às suas necessidades únicas, desde preferências de sabor e restrições alimentares até objetivos como energia, bem-estar e até estética, com foco em alimentos que promovam pele saudável, cabelo forte e vitalidade.

Essa tendência traz refeições customizáveis, suplementos específicos e cardápios adaptáveis. Marcas que oferecem flexibilidade criam experiências alinhadas aos valores de cada pessoa. Comer bem agora significa comer exatamente o que precisamos, quando precisamos, com benefícios que conectam saúde, funcionalidade e estética.

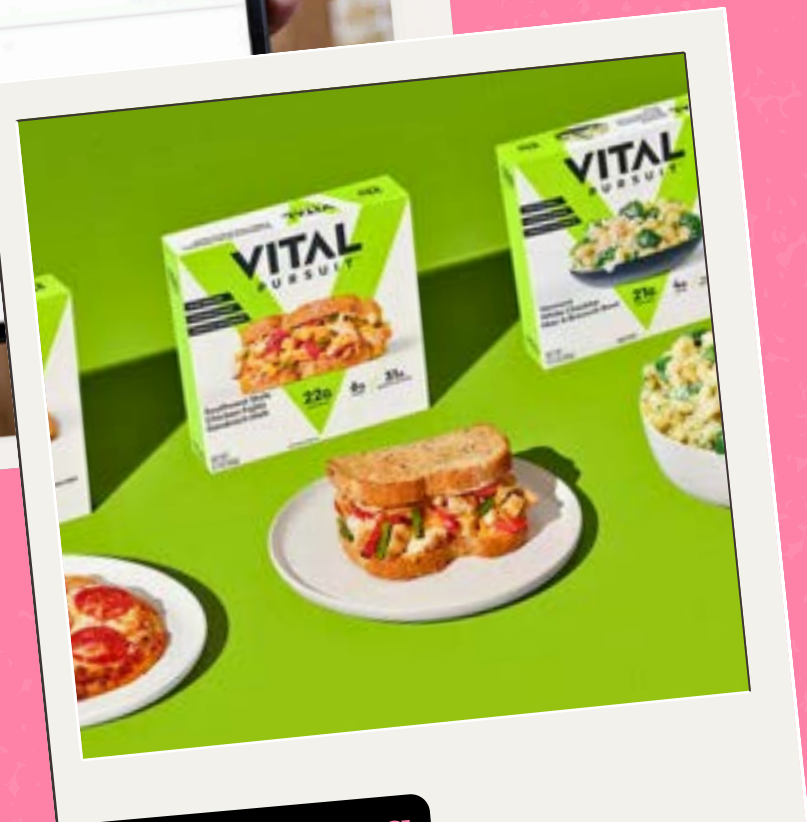
Tendência na Prática:



App que avalia informações nutricionais de produtos
Foodvisor



Snack com colágeno marinho para pele, unhas e cabelo
Ultimate Beauty



Linha de alimentos para usuários de Ozempic
Nestlé Vital Pursuit



Bebida nutricional para controle da fome
Boost

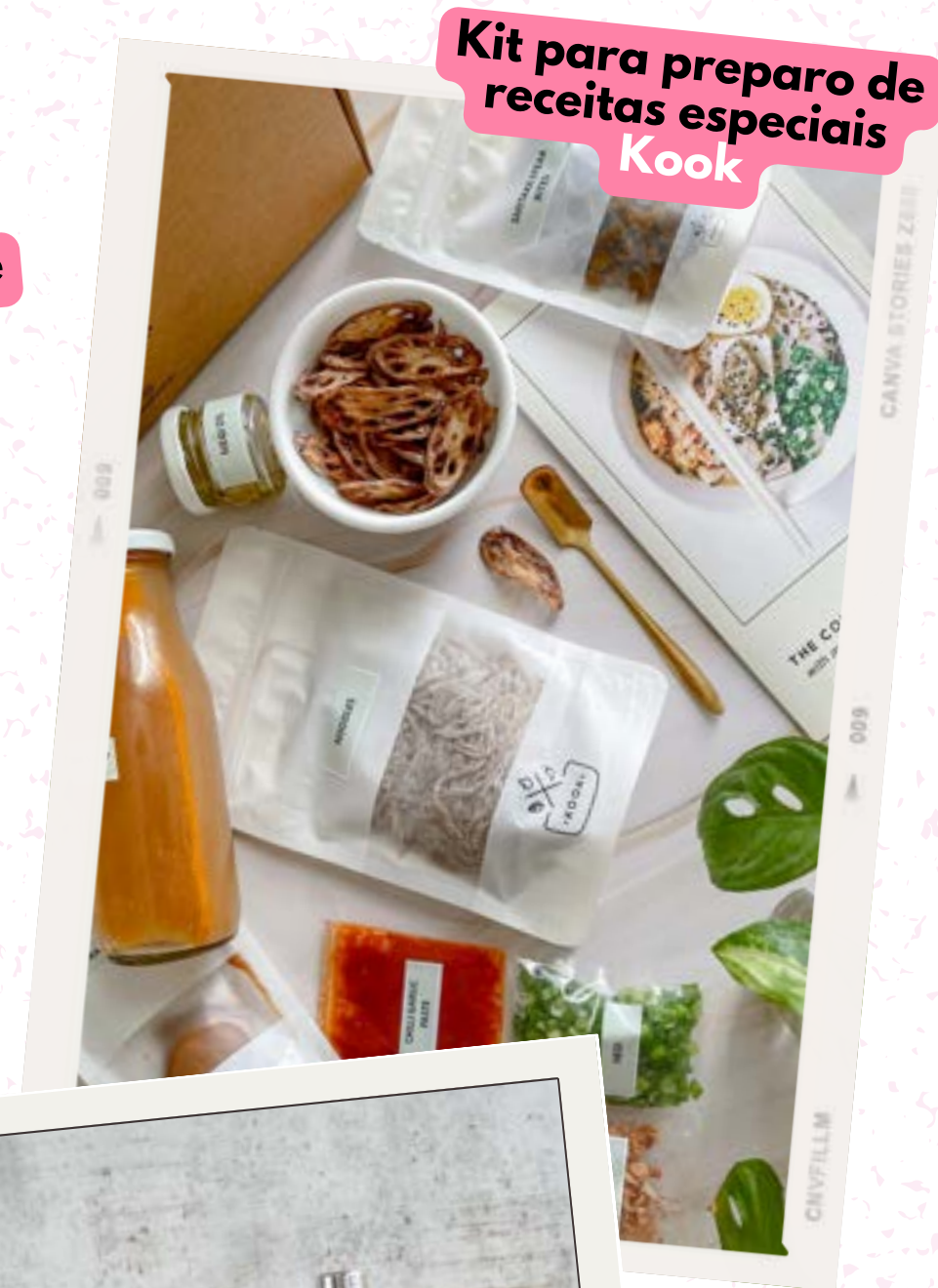
9. Especialização do D.I.Y.

O conceito de “faça você mesmo” evoluiu, e os consumidores estão cada vez mais engajados em criar suas próprias experiências alimentares. De kits de preparo a fermentação caseira e produção artesanal, essa tendência oferece autonomia e uma conexão mais profunda com o que consomem.

Mais do que uma prática, o “faça você mesmo” é uma forma de expressão e especialização. Ferramentas e ingredientes de alta qualidade permitem explorar receitas e técnicas antes acessíveis apenas a profissionais.

Marcas que apoiam essa jornada se destacam, entregando soluções que unem personalização, aprendizado e prazer. Fazer sua própria comida agora significa criar algo único, conectando habilidades e paixão em cada prato.

Tendência na Prática:

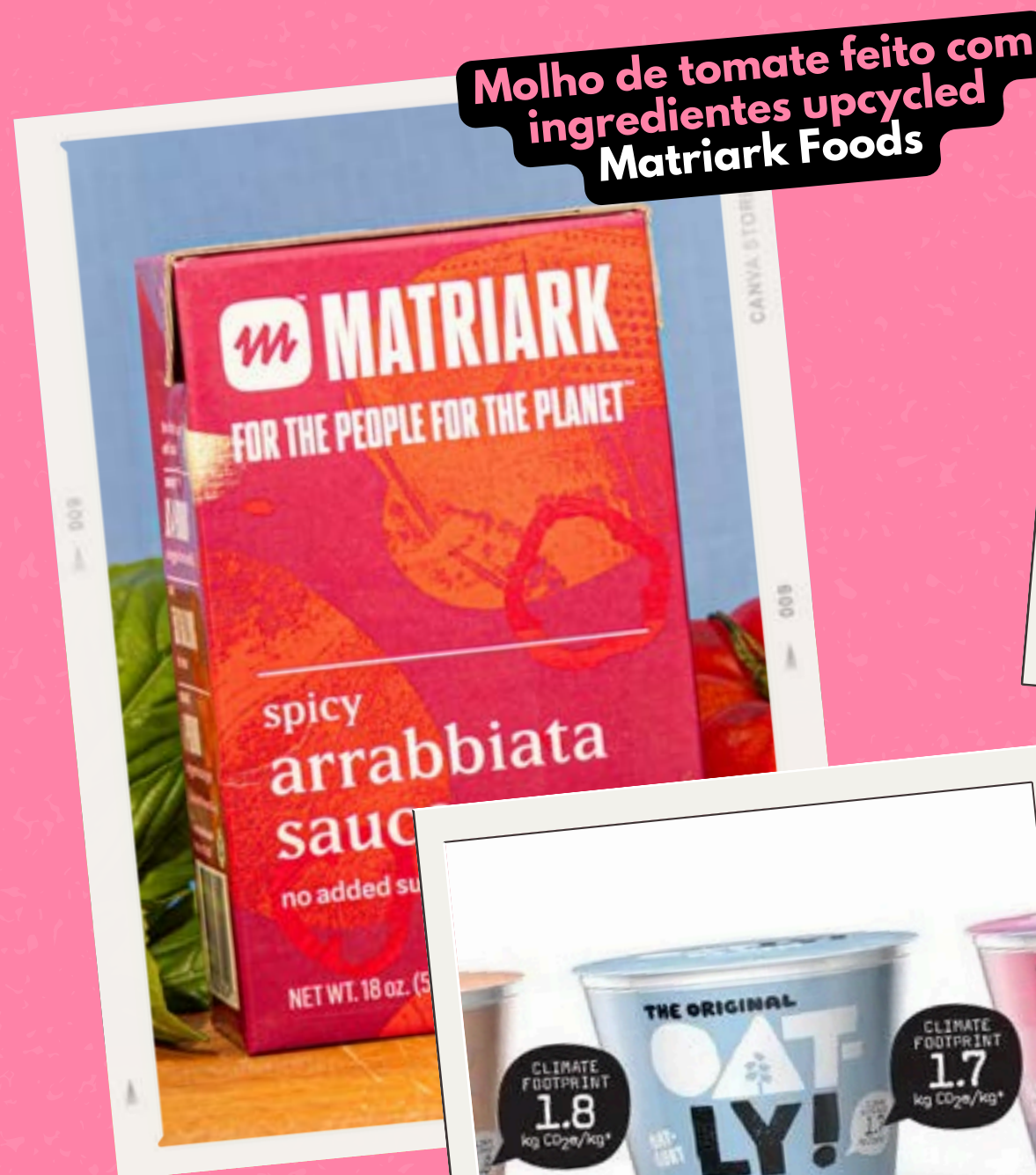


10. Mudanças Climáticas e Sustentabilidade

A preocupação com o impacto ambiental está redefinindo o consumo de alimentos. Com as mudanças climáticas afetando recursos e cadeias produtivas, os consumidores exigem soluções que minimizem desperdícios, reduzam emissões e priorizem práticas sustentáveis.

Alimentos plant-based, embalagens ecológicas e cadeias produtivas conscientes ganham espaço, junto com o reaproveitamento de ingredientes e a transparência ambiental. Consumir agora é uma questão de sabor, conveniência e responsabilidade com o planeta, conectando propósito e inovação.

Tendência na Prática:



Molho de tomate feito com ingredientes upcycled
Matriark Foods



Leite neutro em carbono
Neutral



Alimentos com rotulagem climática
Oatly



Hambúrguer feito à base de micélio (proteína de fungo)
Quorn

ASSISTA AO VÍDEO COMPLETO NO YOUTUBE!

Você já explorou as tendências de 2025, mas quer ver como elas ganham vida? Clique na imagem ao lado e assista ao nosso vídeo exclusivo no **YouTube**, cheio de exemplos práticos e ideias inspiradoras!





METODOLOGIA

Este relatório foi elaborado pela equipe da Coolinary com base em uma metodologia estruturada e multidimensional, que combina abordagens rigorosas para assegurar uma análise abrangente, criteriosa e inovadora do mercado de alimentação e gastronomia. O processo metodológico articula dados globais, experiências locais e insights autorais, organizados nas seguintes etapas principais:

1. Entrevistas com Profissionais do Setor

Foram conduzidas entrevistas qualitativas com chefs, empreendedores e especialistas do setor, tanto no Brasil quanto internacionalmente. Essas interações proporcionaram insights aprofundados sobre práticas emergentes, expectativas do consumidor e desafios prospectivos.

2. Pesquisas de Campo Nacionais e Internacionais

A equipe realizou estudos in loco em mercados, feiras e eventos gastronômicos de diversas regiões. Essas observações diretas possibilitaram identificar tendências aplicadas em tempo real, desde o desenvolvimento de produtos até o comportamento de consumo.

3. Análise de Relatórios e Estudos de Referência

Relatórios de instituições reconhecidas, como Mintel, Kerry, National Geographic, Innova Market Insights, Granularity, Food Navigator e Martha Stewart, foram analisados como suporte à identificação de movimentos globais e regionais, sempre adaptados às especificidades do mercado brasileiro.

4. Adaptação ao Contexto Brasileiro

Os dados coletados foram interpretados à luz do comportamento do consumidor brasileiro e das particularidades culturais e econômicas locais, transformando tendências globais em orientações práticas e estratégicas para o mercado nacional.

5. Validação Interna

O conteúdo foi validado por uma equipe multidisciplinar de especialistas em gastronomia, marketing e design de produtos, assegurando que os insights apresentados sejam consistentes, relevantes e aplicáveis a diferentes segmentos do setor.

Nota de Transparência

Este relatório constitui uma análise autoral, fundamentada em metodologias exclusivas da Coolinary e apoiada em fontes confiáveis. O conteúdo reflete uma interpretação única e direcionada às demandas de 2025, com o objetivo de oferecer soluções estratégicas aos nossos clientes e parceiros.

INOVANDO DESDE 2015

Da Ideia ao Prato

Comandada pelo food designer, pesquisador de tendências e consultor de inovação em Food Service, **Pedro Bello**, a Coolinary é uma consultoria criativa que está no mercado desde 2015, trabalhando com marcas de diferentes áreas da alimentação.

Com foco em projetos de pesquisa, desenvolvimento de produtos e inovação, nosso objetivo é gerar soluções criativas que agreguem valor e acompanhem as principais tendências do mercado.

Quer levar essas tendências para o seu negócio? Conte com a Coolinary!



Pedro Bello
Food Cool Hunter

Faça parte do universo COOL



COOLINARY.COM.BR



[@COOLINARYBR](https://www.instagram.com/COOLINARYBR)



[@COOLINARY](https://www.youtube.com/COOLINARY)



[COOLINARY TALKS](#)

contato@coolinary.com.br / (11) 97084-5684

**CONECTE A SUA MARCA COM
O FUTURO DA ALIMENTAÇÃO.**

JUNTE-SE À

COULINARY



COOLINARY