



Um passo a caminho do futuro

Reserve os dias **28 e 29 de Setembro.**
Em breve mais novidades!





O que é o Taste Tomorrow?

Taste Tomorrow é um grande estudo a nível mundial para entender o consumidor em Panificação, Pastelaria e Chocolate. através da informação detalhada sobre o seu comportamento, atitudes e escolhas. O **Taste Tomorrow** oferece uma visão de futuro através da evolução das tendências e descoberta de novas tendências que vão impulsionar o nosso mercado.

O NOSSO ECOSISTEMA SOBRE O CONSUMIDOR

Com o **Taste Tomorrow**, Puratos monitoriza constantemente as tendências, combinando as tecnologias digitais mais avançadas e a inteligência artificial no campo da semântica. Também perguntámos a mais de 17.000 consumidores de 40 países, entrevistámos a 80 foodies das cidades mais trendy, especialistas e clientes da indústria alimentar. Este estudo é complementado com uma rede global de deteção de tendências, uma exaustiva investigação sensorial e uma colaboração com empresas, investigadores e universidades.



Os resultados? Visão sempre ativa sobre panificação, pastelaria e chocolate em todo o mundo.

9 TENDÊNCIAS DE FUTURO

O sabor é fundamental nos produtos de panificação, pastelaria e chocolate. Desde a pandemia o local também tornou-se um fator essencial na decisão de compra.

As expectativas em termos de saúde continuam a evoluir. A alimentação saudável é mais e menos ao mesmo tempo. A chave do êxito está nos ingredientes que proporcionam saúde e saúde. A higiene converteu-se em algo importante. Os consumidores procuram alimentos funcionais para aumentar a sua imunidade.

A frescura é o principal fator na panificação e na pastelaria e no segundo no chocolate. A frescura define a percepção de qualidade. O aroma, o tempo de validade curta, e o aspeto tudo joga um papel importante. Durante a pandemia cresceram os alimentos embalados com uma validade curta.

Os consumidores procuram por produtos artesanais e estão dispostos a pagar mais por produtos elaborados artesanalmente, com um toque humano. É importante mostrar a artesanidade dos produtos. Demonstra que são artesanais, contar uma história à volta do produto. A higiene e a saúde são fatores que ganharam ainda mais relevância.

SABOR

SAÚDE

FRESCURA

ARTESANAL

ESTILO DE VIDA
ÉTICO

EXPERIÊNCIA,
PRÓXIMO NÍVEL

TRANSPARÊNCIA

CONVENIÊNCIA
MÁXIMA

HIPER
PERSONALIZAÇÃO

A Alimentação, o estilo de vida e a ética estão muito relacionados. Os consumidores querem tomar decisões éticas em relação à alimentação, tendo em conta os seus valores pessoais, e os interesses do planeta. Os produtos de proximidade geram mais confiança.

Os consumidores lêem a informação da embalagem. As etiquetas mais claras e a rastreabilidade dos produtos contribuem para criar a transparência necessária.

Com tão pouco tempo e vidas tão ocupadas, os consumidores pedem a máxima conveniência. A pandemia acelerou a digitalização no nosso setor. Hoje Esperamos soluções fáceis, em termos de serviços online.

Se o sabor é o rei, a experiência é a rainha. Os consumidores desejam ser surpreendidos. A experiência total importa mais do que nunca. Existe uma alteração de consumo fora de casa para um consumo dentro de casa, com um conjunto de novos protocolos de higiene.

A alimentação está-se a tornar pessoal. Os consumidores vêm como uma expressão de si mesmos, pelo que os produtos de panificação, pastelaria e chocolate feitos à medida e personalizados são muito apreciados. As primeiras iniciativas sobre alimentos personalizados baseados no ADN despertaram o interesse dos consumidores, mas para já não têm uma base científica.