

A Eran Foods, uma das mais tradicionais fabricantes de doces do Brasil, lança nesta edição da APAS sua linha de produtos zero açúcar.

Com 4 categorias compostas por barras de frutas, chocolates, balas e Mixed Nuts, todos zero açúcar, a linha Livefit estará no mercado a partir da segunda quinzena de maio.

O ano de 2019 será um ano especial para a Eran. Além de novidade Livefit, teremos ampliações nas linhas Buhh, para o mercado infantil, e novos produtos na linha de mastigáveis.

Existem 2 pilares fundamentais para a estratégia de inovação realizada através do lançamento de Livefit: o crescimento do mercado de saudabilidade, especialmente o zero açúcar, e do “prazer sem culpa” proporcionado pelos alimentos saborosos com ingredientes naturais e funcionais.

Nosso esforço atual está concentrado no aproveitamento de uma tendência de consumo que tem se mostrado irreversível, o da saudabilidade e do consumo consciente.

Uma linha de balas, barras de Mixed Nuts, chocolates e barras de frutas sem açúcar, com elementos funcionais na sua formulação e sabor inigualável. Na linha de balas, nossos produtos serão zero açúcar e trarão ingredientes especiais tais como o Hibisco, Matchá, Gengibre e mel e vitamina C, ingredientes saudáveis com uma intensa combinação de sabores. Na linha de chocolates teremos 4 opções zero açúcar, inclusive chocolate branco, adição de Whey e uma versão 55% cacau, ideais para quem busca sabor e textura e quer abrir mão do açúcar.

A linha de mixed Nuts zero açúcar traz uma perfeita combinação de Nuts, fibras e frutas. E a linha de barras de frutas com alto teor de fibras e combinações deliciosas e saudáveis para consumir sem culpa em qualquer ocasião.

Cada vez mais inserido no dia a dia das pessoas, o mercado de **produtos naturais** tem crescido expressivamente nos últimos anos. E as regras já foram lançadas.

Segundo pesquisa da Euro monitor Cerca de 79% dos participantes (globais) dizem substituir alimentos “convencionais” por versões mais nutritivas. Nos últimos cinco anos, as vendas avançaram a uma taxa média de **12,3%** ao ano.

A previsão é que o mercado brasileiro de produtos saudáveis cresça anualmente **4,4% até 2021**

O relatório Tendências Mundiais de Alimentação e Bebidas 2017, elaborado pela agência de pesquisas **Mintel**, mostra que **quatro em cada cinco brasileiros** estão dispostos a gastar mais se o alimento tiver maior valor nutricional.

Lojas especializadas em produtos saudáveis crescem acima de 18%

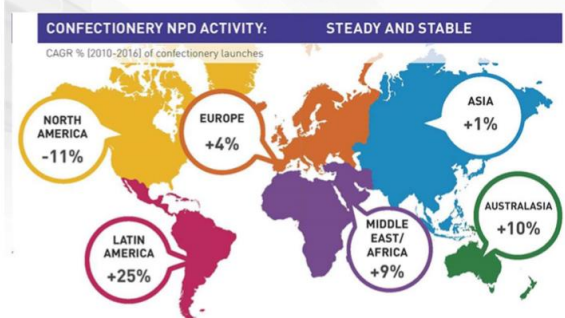
Seja para **emagrecer**, para ter uma **alimentação mais adequada** ou para não sofrer tanto diante de **intolerâncias alimentares**, os consumidores de **produtos naturais, orgânicos e especiais** garantiram a lojas e mercearias especializadas nesses produtos um **crescimento de dois dígitos**, mesmo nos três últimos anos de crise econômica.

- **80% dos brasileiros se esforçam para ter uma alimentação saudável**
- **71% pagam mais por produtos que tragam benefícios à saúde**

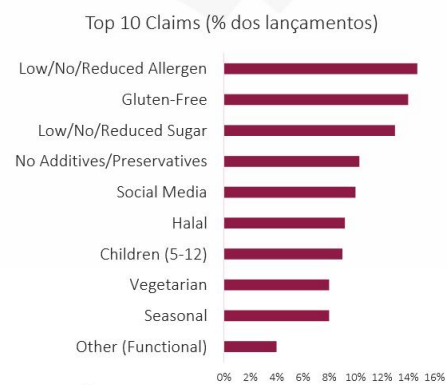
Nosso público-alvo prioritário é formado por:

- Pessoas acima de 30 anos, que buscam alimentação saudável e suplementos, como colágeno e óleo de semente de uva, etc.
- Praticantes de atividade física que precisam complementar a alimentação com suplementos
- Pessoas com intolerância ou alergia alimentar
- Portadores de doenças como diabetes; hipertensos e com colesterol alto
- Obesos e quem deseja emagrecer

O número de lançamentos na América Latina é maior que as outras regiões
Os principais claims abordam alergênicos e açúcar



Fonte: Innova Market Insights, 2018



Fonte: Mintel, 2018