



## COM NOVO VISUAL IRACEMA LEVA NOVIDADES ÀS GÔNDOLAS NOS PRÓXIMOS MESES

- ✓ *Marca resgata sua brasilidade com novos produtos e embalagens mais modernas, visual leve e prático*
- ✓ *Linha de leites vegetais passou por reformulação de receitas e traz ainda uma inovação para o mercado de bebidas proteicas*

O mercado de alimentos saudáveis e funcionais cresce cerca de 12,3% ao ano, de acordo com dados da Euromonitor Internacional. Mas, além da saudabilidade, o consumidor busca produtos confiáveis e saborosos para incluir em sua rotina alimentar. Alinhada à essa tendência, a Iracema, uma das marcas de *nuts* mais tradicionais do país, está ampliando sua linha de produtos e renova sua identidade e posicionamento de marca. As novidades acabam de ser anunciadas na APAS e chegam às gôndolas de mais de 100 mil pontos de venda espalhados pelo Brasil, entre junho e julho deste ano.

O resultado nasce de um longo processo de estudos e pesquisas junto aos consumidores de castanhas e leites vegetais. Foram cerca de 9 meses de trabalho até chegar ao resultado final que estará ao mercado nesses próximos meses. A nova identidade faz alusão à natureza que dá origem ao produto, resgatando as raízes da Iracema e à índia que é o principal símbolo da marca. Tudo isso em um visual moderno que utiliza cores leves e elementos como pássaros e folhas, para ressaltar sua brasilidade e atrair o consumidor nas gôndolas.

Ao todo são 20 produtos com nova roupagem e sete lançamentos, entre *nuts* e leites vegetais, resultado de um grande investimento feito pela Globalbev, empresa responsável pela gestão da marca. O volume de investimentos realizados pela Globalbev em marketing e trade este ano é 50% maior que em 2018, sendo que a marca Iracema recebeu a maior fatia desta conta. A expectativa com as mudanças é conquistar um aumento de 30% nas vendas de *nuts* e triplicar o faturamento de leites em relação ao ano passado.

Para Bernardo Fernandes, CEO da Globalbev, o grande desafio foi modernizar a marca e ressaltar a saudabilidade do produto, sem deixar de lado suas raízes ou perder a identificação que o consumidor brasileiro já tem com Iracema. “No ano passado alcançamos um crescimento de 15%, em relação ao ano anterior, e muito disso está relacionado justamente à essa movimentação do consumidor em busca de uma



alimentação mais saudável. Decidimos então estar mais próximos, ressaltar essas características naturais dos produtos, reforçar a tradição da marca, que está há 76 anos no mercado e seguir ampliando essa atuação” explica.

Entre 2017 e 2018 o consumo de *nuts* no Brasil cresceu 8%, enquanto no mundo esse percentual é de 6% ao ano, segundo o *International Nut Council* (INC). Porém, quando comparado com outros países, o volume de castanhas que é consumido pelos brasileiros ainda é baixo, cerca de 1kg per capita ao ano e no restante mundo 7kg, segundo dados da Federação das Indústrias de São Paulo (FIESP).

Já em relação ao segmento de leites vegetais, que está entre os que mais crescem no Brasil, houve ampliação de 51,5%, em 2018, de acordo com dados da Euromonitor Internacional. Além de provocar menor impacto sobre o clima em sua produção, os leites vegetais atendem tanto àqueles consumidores que buscam uma dieta mais equilibrada e leve, quanto ao público que é intolerante à lactose ou não consome produtos de origem animal. Entre os tipos mais consumidos hoje, estão aqueles à base de amêndoas, arroz, aveia e coco, segundo a pesquisa. A Iracema lançou em 2017 sua linha de leites vegetais e acaba de ampliar seu portfólio, que passa a contar com sete sabores.

### **Novidades**

Iracema se destaca hoje por ter uma linha completa de alimentos à base de *nuts*. Entre as principais novidades estão a ampliação da linha “ao forno”, com a opção de amendoim em embalagem 140g, e também da linha de bebidas vegetais com os sabores Amêndoa e Mix (amendoim, castanha de caju e amêndoa). Todos os produtos são feitos com ingredientes 100% naturais e sem adição de açúcar.

“Após pesquisas e testes junto aos consumidores, a linha de leites passou por reformulação de receita, se adaptando melhor ao paladar dos brasileiros e seguindo o conceito *clean label* que está associada à ingredientes mais simples e facilmente reconhecidos pelo consumidor. Além disso, nos rótulos também buscamos ressaltar essas informações e outros benefícios de forma clara e objetiva para facilitar a pesquisa na gôndola”, reforça Bernardo.

Outra grande novidade é o lançamento de um smoothie proteico feito à base de amendoim e 20g de proteína vegetal (por porção). O produto vai ao encontro da demanda do consumidor e tem como diferencial o sabor, que não é alterado pela proteína. Serão três sabores: Cacau, Café e Banana. Sem adição de açúcar e adoçado com adoçantes naturais.



# IRACEMA®

Na linha de castanhas, além de dar mais foco aos rótulos “ao forno”, as embalagens ganham ainda *zip lock* na versão *pouch* de 100g, ideal para armazenamento e consumo posterior.

Com as novidades, a Iracema passa a ofertar aos pontos de venda de todo o Brasil os seguintes produtos:

## Castanhas

Embalagens de 140g, 100g, 50g e 30g, com opções nas versões “torrado e salgado”, “ao forno” e “natural”.

- Castanha de Caju
- Amendoim
- Amendoim japonês
- Pistache
- Amêndoa
- Castanha do Pará
- Mix de nuts (três variações)



## Leites Vegetais

Embalagens de 1L

- Castanha de Caju
- Amendoim
- Amêndoa
- Mix (Castanha de Caju, Amendoim e Amêndoa)



## Smoothies proteicos (20g proteína)

Embalagens de 330ml

- Amendoim + Cacau
- Amendoim + Café
- Amendoim + Banana



## Assessoria de Imprensa

### Rede Comunicação de Resultado

Paula Meireles

(31) 2555-5050 (ramal 233) | (31) 9 9636-8155

[paula@redecomunicacao.com](mailto:paula@redecomunicacao.com)