

No. 2 / February 2021, Cologne
#prosweetscologne

Forza innovativa per un mercato in via di polarizzazione: nuovi prodotti dolciari e snack vincenti per gusto, texture e genuinità

Format ibrido per ProSweets Cologne 2022

Il settore dolciario ama le sorprese. Lo dimostrano in genere ProSweets Cologne e la parallela ISM, che purtroppo a causa della pandemia sono state costrette a rinunciare all'edizione di quest'anno. La fiera delle subforniture per prodotti dolciari e snack tuttavia sfrutta l'opportunità di presentare gli ultimi sviluppi e trend nel segmento merceologico "Raw materials and ingredients". Sono in pieno svolgimento anche i preparativi per la prossima ProSweets Cologne (dal 30.01 al 02.02.2022). Fino al 30 aprile 2021 gli espositori potranno approfittare dei vantaggi previsti dalla promozione early bird. Inoltre la fiera delle subforniture per prodotti dolciari e snack punterà su un format ibrido e con ProSweets@home proporrà una piattaforma digitale in integrazione alla fiera fisica, offrendo showroom, streaming live & on demand, ma anche la possibilità di networking e meeting digitali. L'iniziativa coinvolgerà anche il tema Ingredients.

Oltre a idee innovative quest'anno gli specialisti di Ingredients presenteranno anche soluzioni raffinate e personalizzate che garantiscono alle aziende produttrici di dolci e snack nuove possibilità di lavorazione e texture originali. Le aziende dolciarie non potranno sottrarsi ai due trend imperanti del 2021: salute e gusto. Ma questo da solo non è più sufficiente. Genuinità e sostenibilità diventano fattori di acquisto determinanti anche in tema di prodotti dolciari. Le innovazioni, insieme a un corretto posizionamento del marchio, svolgono un ruolo decisivo su un mercato sempre più polarizzato. Gli sviluppatori del settore sono impegnati su vari fronti e rispondono con miscele di aromi inattese, texture interessanti e composizioni cromatiche inusuali: i prodotti dolciari e gli snack che sprigionano il gusto in modo irriverente "fin dal primo morso" godono infatti di sempre maggiore popolarità.

Il plus della croccantezza per dolce e salato

In tutto il mondo sette consumatori su dieci ritengono la texture determinante per un'esperienza di consumo entusiasmante. È la conclusione a cui sono giunti i ricercatori di mercato di Innova Market Insights, che individuano nel "Tapping in Texture" uno dei principali trend di mercato. Ciò vale in particolare per i consumatori più giovani. Il 56% degli intervistati di età compresa fra 26 e 35 anni afferma di tenere maggiormente alla texture che non alla lettura dell'elenco degli ingredienti. Un'opinione condivisa solo dal 37% degli intervistati di età superiore a 55 anni.

Al giorno d'oggi praticamente nessuna innovazione di prodotto può rinunciare al fattore crunch. Si conferma invece il trend di una maggiore genuinità. Alla ricerca di



ProSweets Cologne
30.01. - 02.02.2022
www.prosweets-
cologne.com

Your contact:
Peggy Krause
Tel.
+49 221 821-2076
Fax
+49 221 821-3544
e-mail
p.krause@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
P.O. Box 21 07 60
50532 Köln
Germany
Tel. +49 221 821-0
Fax +49 221 821-2574
www.koelnmesse.com

Executive Board:
Gerald Böse (President and Chief
Executive Officer)
Oliver Frese
Herbert Marnier

Chairwoman of the Supervisory
Board:
Mayor of the City of Cologne
Henriette Reker

Headquarters and place of
jurisdiction:
Cologne
District Court Cologne, HRB 952

nuovi dolci e snack le aziende produttrici combinano entrambi i trend del food: mentre la frutta secca e le mandorle arricchiscono la texture con acidi grassi essenziali e proteine, le ciliegie di acerola e i mirtilli rossi disidratati contengono molta vitamina C e fibre che grazie alla loro consistenza tenace assicurano una masticazione prolungata. Palline di cereali con o senza cioccolato, chips o biscotti sbriciolati spingono la croccantezza.

Page

2/4

Colori brillanti della natura

Inoltre i consumatori sono alla ricerca di esperienze di gusto insolite all'insegna di frutta e freschezza. Gli espositori di ProSweets Cologne appoggiano questo trend con aromi e colori naturali, concentrati di frutta e verdura e sistemi dolcificanti a ridotto contenuto di zucchero. La sfida consiste nell'individuare solo ingredienti adeguati al posizionamento del prodotto e allineati al concetto multisensoriale complessivo, dall'aspetto alla sensazione al palato, passando per il gusto. Si parte subito con una corretta scelta cromatica, essenziale per il successo nel punto vendita. A questo riguardo le soluzioni cromatiche performanti fedeli al principio Clean Label costituiscono un'argomentazione di vendita particolarmente valida.

Gli esperti di Ingredients come Döhler propongono una ricca scelta di concentrati coloranti derivati da frutta, verdura e piante, fra cui anche il nero, nuovo colore trend. Nel segmento dolciario esso genera associazioni con concetti quali gioia e lusso e sostituisce il colorante carbone vegetale (E 153). Si basa sui pigmenti rosso-violacei della famiglia degli antociani che appaiono neri a causa dell'elevata concentrazione. Gli sviluppatori che desiderano convertirsi senza intoppi ai principi coloranti alimentari per gommose alla frutta, dragé o caramelle sia morbide che dure troveranno una scelta quasi infinita di tonalità che abbracciano giallo, rosso, rosa, porpora e blu. La gamma EXBERRY di GNT include per esempio una palette di oltre 400 diverse sfumature, disponibili in forma liquida o in polvere, soluzione solubile in olio o polvere micronizzata, soddisfacendo al contempo i requisiti di un prodotto dolciario vegetariano, vegano, kosher e halal.

Ispirazioni per nuove idee di prodotto

Esiste un ulteriore potenziale di crescita per le aziende produttrici di dolci e snack? Il miglior esempio è costituito dai dolci vegetariani e vegani, ormai non più una rarità sugli scaffali dei supermercati. Grazie a una varietà di agenti testurizzanti derivati da alternative vegetali gli specialisti di Ingredients assicurano caratteristiche di masticazione ottimali e una consistenza personalizzata per gelatine e toffee.

Non sono solo i produttori di gommose alla frutta ad adeguare le proprie ricette. "La prossima generazione di consumatori è a caccia di esperienze saporite, che siano buone per loro e per il pianeta. Vogliamo accompagnare l'industria in questa rivoluzione vegetale", così Pablo Perversi, Chief Innovation, Sustainability and Quality Officer e a capo della divisione Gourmet di Barry Callebaut, commenta gli ultimi trend alimentari. A un team di ricerca e sviluppo dell'azienda con sede a Zurigo sono serviti due anni per sviluppare il nuovo "Milk Chocolate" senza latte, una specialità vegana dal gusto e dalla consistenza tipici della cioccolata al latte.

La svolta del settore dolciario

Come sarà il futuro dei dolci? Prediligo il gusto o il beneficio in termini di salute? Una cosa è certa: la svolta del settore offre nuove opportunità di posizionamento sul mercato e fa nascere nuovi prodotti. Ciò si rispecchia con chiarezza anche nell'offerta della New Product Showcase di ISM di recente presentazione (<https://bit.ly/3qKf5a5>). A seguito della vivace discussione sul nutri-score la futura evoluzione sarà influenzata dalle ricette riformulate contenenti meno sale, grasso o zucchero e più fibre, insieme a ingredienti salutari come frutta secca, semi o probiotici, ma anche materie prime sostenibili di origine vegetale. La sfida è sempre la stessa: ogni riformulazione deve essere possibile a livello tecnologico, senza pregiudicare gusto, texture o aspetto. Gli esperti di Ingredients hanno comunque in serbo soluzioni già praticabili per sostenere l'industria di prodotti dolciari e snack nell'adeguamento delle ricette e nell'impiego di nuovi ingredienti.

Page

3/4

Koelnmesse - Global Competence in Food and FoodTec:

Koelnmesse è leader internazionale nell'organizzazione di fiere del food e manifestazioni sulla lavorazione di bevande e prodotti alimentari. Fiere come Anuga, ISM e Anuga FoodTec sono leader mondiali consolidati. Koelnmesse organizza fiere del food e della relativa tecnologia non solo a Colonia, ma anche in molti altri mercati emergenti di tutto il mondo, come per esempio in Brasile, Cina, Colombia, Giappone, India, Italia, Tailandia e negli Emirati Arabi Uniti, dedicate a varie tematiche e contenuti. Con queste attività a livello globale Koelnmesse offre ai propri clienti eventi su misura in diversi mercati, a garanzia di un business sostenibile e di carattere internazionale.

Ulteriori informazioni: <http://www.global-competence.net/food/>

I prossimi eventi:

Wine & Gourmet Japan - International Wine, Beer, Spirits, Gourmet Food and Bar Exhibition & Conference, Tokyo 21.04. - 23.04.2021

ANUFOOD China - The leading food & beverage exhibition for Southern China, Shenzhen 21.04. - 23.04.2021

Alimentec - International food, beverage and hospitality trade fair, Bogotá 08.06. - 11.06.2021

Nota per la redazione:

Il materiale fotografico di ProSweets Cologne è disponibile nella nostra banca dati immagini sul sito www.prosweets-cologne.com alla sezione "News" o

www.prosweets-cologne.com/imagedatabase

Ulteriori ragguagli per la stampa sono reperibili al link <http://www.prosweets-cologne.com/Pressinformation>

In caso di pubblicazione si prega di inviare copia giustificativa.

ProSweets Cologne sul Social Web:

<https://de.linkedin.com/showcase/pro-sweets-cologne>

<https://www.facebook.com/prosweetscologne>

Per eventuali domande rivolgersi a:

Peggy Krause

Communications Manager

Page
4/4

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Cologne
Germany
Tel +49 221 821-2076
Fax +49 221 821-3544
p.krause@koelnmesse.de
www.koelnmesse.com