

Boca2 de Innovación de 2017 ZUMOS Y NÉCTARES

Presentamos una selección con lo más destacado del primer semestre del año 2017 en cuanto a tendencias de mercado e innovación en producto, nuevas tecnologías y novedades en el envasado, así como la actualidad legislativa.

Innovación en producto

Atender a las nuevas demandas de los consumidores, ofreciendo productos “verdes” y saludables, propuestas novedosas para “buscadores de experiencias” o conectando con las personas mediante el “story-telling”.

La salud y el bienestar sigue siendo uno de los principales motores de desarrollo de nuevos productos en el sector. Pero, además, los consumidores desean que las marcas sean honestas y transparentes.

En la era de la *posverdad*, donde los consumidores no disciernen en muchas ocasiones entre lo que es cierto o falso y crece la desconfianza hacia los medios de comunicación y las marcas, es importante que las empresas se esfuercen en buscar nuevas vías para **ganarse la confianza del consumidor**, siendo más transparentes, honestos y cercanos.

Según un estudio llevado a cabo por Mintel, únicamente un 7% de los adultos en España, Francia, Alemania y el Reino Unido opina que las empresas de hoy en día son “abiertas y honestas”. Los españoles confían en la industria alimentaria más que sus vecinos europeos si bien un alto porcentaje de los encuestados opina que las empresas están más interesadas en hacer dinero que en fabricar alimentos y bebidas de alta calidad. El 39% de los españoles confían más en pequeñas empresas alimentarias que en grandes corporaciones.

Un envasado claro y el uso de los medios sociales son algunas de las vías para acercarse a los consumidores.

Cada vez son más las **pequeñas empresas** en dimensión, pero **grandes en** cuanto a su **ingenio, creatividad y carácter** que **están ganando cuota de mercado** frente a las grandes compañías. Su éxito reside en la autenticidad, fuerte identidad, la historia narrada en torno a sus productos/servicios y su presencia en el social media.



Tapped birch water es un agua de abedul orgánica procedente de Finlandia donde se narra el proceso natural de los árboles para producir este agua pura y rica en manganeso.
<http://www.tappedtrees.com>

⇒ Un 73% españoles opina que la información acerca de la procedencia de los ingredientes en el etiquetado de los alimentos ayuda a confiar más en estos productos. (Fuente: 2017 Mintel Consumer Research Survey)

En un mercado europeo saturado y competitivo existe potencial para los zumos premium de una sola fruta procedentes de variedades locales concretas. Esta es la estrategia que ha seguido por ejemplo la firma alemana Amecke con “My favorite apple”.

⇒ En España, el **16%** de los consumidores entrevistados por Mintel afirmó estar reduciendo su consumo de frutas debido a la preocupación por el contenido en azúcar.

Una vía para reducir el contenido en azúcar de las formulaciones es, por ejemplo, combinar frutas con vegetales o combinar la fruta con el té. Las infusiones de té listas para beber en frío se están poniendo de moda.



May Tea, lanzada en Francia por Orangina Scheepes en abril de 2016, es una bebida lista para tomar elaborado con un 94% de infusión de té, frutas y plantas. Con un 40% menos de azúcar y sin aditivos artificiales. Este producto ha tenido gran éxito en el mercado con unas ventas de 14 millones de € durante el primer año.

El **infused Kusmi Tea** de Evian (Francia) es otro producto de similares características.

Otra de las claves reside en **ayudar al consumidor a ahorrar tiempo y simplificar sus actos de compra y consumo**, liberándolos del fenómeno denominado “**la tiranía de la elección**”.

También observamos como los productos transformados bajo el enfoque de **lucha contra el despilfarro alimentario** están captando la atención de los consumidores.

Top claims

El “clean label” o la “naturalidad” es la tendencia dominante a nivel mundial, que atiende a la demanda de zumos con formulaciones simples e ingredientes naturales.

Existen diferencias en las tendencias dominantes por regiones. En **Europa** impacta especialmente la preocupación por la ingesta excesiva de azúcar y la oportunidad que se abre para las formulaciones derivadas de las plantas. En **Estados Unidos**, las marcas se centran en la funcionalidad para diversificar las ocasiones de consumo de los zumos (zumos probióticos, superalimentos, formulaciones ricas en proteína). Continúa además el esfuerzo por reducir el desperdicio alimentario.

Los sabores que despuntan

*Además de los sabores clásicos (naranja, piña, manzana...) los últimos lanzamientos en el sector de los zumos, néctares y bebidas a base de zumo incluyen sabores como el **jengibre, aloe vera, semillas de chía, agua de abedul, coco, arándano o la cúrcuma**.*

En general, atraen los ingredientes vegetales naturales que asociamos con la salud y el bienestar (extractos de plantas, semillas, raíces, algas). Están también de moda los fermentados, los sabores étnicos o los “superalimentos”.

⇒ *Rosa, jazmín, hibisco/rosella, ashawanda, matcha, maca andina, bayas de acai, espirulina, reishi, o ginseng son algunos de los ingredientes que podemos encontrar en los nuevos zumos.*

Muchos consumidores están buscando antídotos para el estrés del mundo actual ajetreado y tecnológico. Perfiles de sabor reconfortantes, nostálgicos y “escapistas” que ofrecen a los consumidores pequeñas dosis de disfrute y felicidad.

Los mensajes ligados al **karma y la positividad** van en aumento.



Good Karma Foods

Con el lema “Feel the benefit” esta marca de bebidas aboga por la positividad y la bondad, ofreciendo productos “que ponen una sonrisa en tu boca”. Libre de alérgenos.

www.goodkarmfoods.com

El **baobab**, superfruta en zumos energéticos y smoothies



La empresa francesa Matahi elabora zumos energéticos de babobab combinados con ingredientes como el guaraná, mango, hibisco o jengibre.

<http://www.matahijuice.com>

El Inocent Gorgeous Green Smoothie de Coca-Cola es una mezcla de manzana, pera, col rizada y baobab.

Las bebidas **fermentadas** experimentan un renacimiento, siendo apreciados por su sabor único y agrio y sus beneficios únicos para la salud.



Kevita Master Brew Kombucha Tart Cherry

Kombucha (USA)

Contiene cultivos vivos orgánicos

Farmhouse Culture Organic Garlic Dill Pickle Gut Shot (USA)

Contiene vegetales fermentados

Inspiración en la **medicina oriental**



Ayurveda India - Miel Natura Honey and Tulsi Drink (India)
Descrito como una bebida saludable única. Tulsi es conocido por sus beneficios para la salud y tiene fuertes propiedades antioxidantes, antibacterianas, antivirales e inmunitarias.

Jamu Indonesia OT Kiranti Women Health Drink with Orange Juice (Indonesia) Hecho de acuerdo con la medicina tradicional Jamu. Contiene cúrcuma fresca y otros ingredientes naturales seleccionados para aliviar la incomodidad menstrual

Sabores de té, hierbas y plantas para la **relajación**



My Way Fresh Juices ofrece un punto de diferenciación de otros zumos prensados en frío ya que organiza sus productos en torno a beneficios funcionales, tales como control de peso, la recuperación tras el ejercicio o la relajación. Su actividad en las redes sociales hace que llegue a los jóvenes y también se ofrece como un producto ideal para planes "detox".

My Way Fresh Juices Be Relax Juice (Brazil)

Mezcla de jugos de maracuyá y limón siciliano con té de manzanilla, agua de coco y miel. Este zumo prensado en frío presenta propiedades relajantes naturales.

El **agua de coco** sigue siendo uno de los ingredientes naturales de moda, debido a sus propiedades saludables y su alto poder de hidratación.



En bebidas energéticas/para deportistas



Poder de hidratación

El “**Category blurring**” es un concepto novedoso e interesante, con el lanzamiento de productos híbridos que atraen especialmente a los consumidores jóvenes que buscan propuestas exóticas y nuevas ocasiones de consumo.

Es un proceso por el cual se da un toque aventurero a los productos tradicionales, combinando ingredientes, texturas y sabores de forma inesperada. Las posibilidades son amplias: limonadas de café, zumos de frutas espumosos, cocteles creativos sin alcohol, infusiones de té con fruta listas para beber, etc.

Los tres pilares de este concepto son: **Autenticidad, Modernidad e Indulgencia**



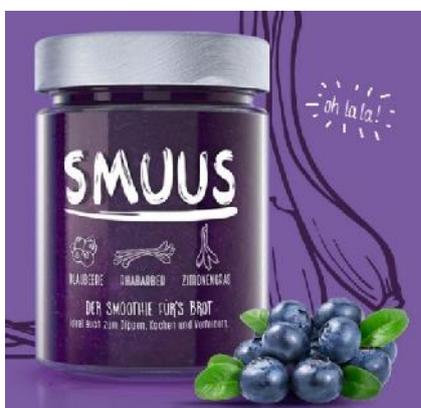
Upfruit sparkling meyer lemonade (Estados Unidos)

Es una bebida carbonatada donde se combina la fruta con el *cold brew coffee*, una pizca de arce orgánico y sal marina. <http://drinkupfruit.com>

La firma americana **REBBL** mezcla el café con leche de coco y Maca para un aporte de energía sostenida.

Berrywhite Organic Cranberry & Guava Sparkling Drink (Países Bajos)

Es una bebida de frutas orgánica premium que contiene agua de manantial mezclada con arándano, guayaba, saúco, guaraná y extracto de té blanco. Este producto vegetariano no contiene azúcar añadido, cafeína ni nada artificial.



La *start-up* alemana Smuus presenta un concepto original de smoothies de frutas y vegetales con una textura única, más líquida que la mermelada y más sólida que el ketchup. Ideal para mezclar con yogures, postres, pan, carne y queso.

En 6 variedades diferentes

<http://www.smuus.com>

Nuevas Tecnologías e investigaciones en marcha

Los consumidores demandan zumos comerciales menos procesados, de características similares a la fruta recién exprimida, pero con una vida útil mayor. Se buscan técnicas innovadoras de procesamiento que conserven la frescura a la vez que garantizan la inocuidad de los alimentos.

En cuanto al envasado vemos innovaciones en formatos que responden a la demanda de conveniencia de los consumidores, que piden formatos individuales de envase y soluciones para el consumo “on-the-go”.

Hiperbaric instala un equipo de altas presiones en Rohstoff

La empresa fabricante de equipos de altas presiones Hiperbaric, instalará su equipo Hiperbaric 135 en la planta de la empresa alemana de zumos, Roshtoff, lo que le permitirá obtener alimentos con una vida útil más larga sin la necesidad de aditivos, mientras mantiene intactas las propiedades organolépticas y el valor nutricional, a diferencia de las técnicas clásicas. La nueva máquina se caracteriza por el procesamiento por altas presiones que, gracias a la aplicación de presiones extremadamente altas al producto (6.000 bar/87,000 psi), a través de agua, se consiguen eliminar tanto microorganismos patógenos como alterantes de los alimentos.



Según el **análisis global del mercado de equipo de altas presiones 2016** realizado por Hiperbaric un 66% de sus ventas fueron al continente americano. Le siguen de lejos Asia (16%), Europa (13%) Oceanía (3%) y África (2%). El sector de zumos y bebidas es el sector alimentario mayoritario en la aplicación de la tecnología (22%) y sigue creciendo la categoría de zumos prensados en frío.

<http://blog.hiperbaric.com/analisis-global-mercado-hpp-2016>

Analizando los lanzamientos de nuevos zumos de frutas no tratados por calor, vemos que en el último año el 7,2 % del total de lanzamientos corresponden a zumos tratados por altas presiones. Estados Unidos es la líder, con un 14,8% de lanzamientos. Le siguen en actividad de lanzamiento de nuevos zumos tratados por altas presiones Canadá (7.7%), Reino Unido (6.8%), Sudáfrica (6,6%), Indonesia (5.7%), Francia (4.9%) y España (4.3%).

Lo conveniencia sigue impulsando la innovación en el **envasado**

Nuevo envase Tetra Pak en formato individual

Tetra Pak ha lanzado dos nuevos envases de pequeño tamaño para el consumo de zumos y lácteos líquidos. Los nuevos envases Tetra Prisma® Aseptic 200 y 250 Edge, se basan en su hermano mayor Tetra Prisma® Aseptic 330 ml con DreamCap™. Este sistema de apertura tiene muy buena acogida entre los consumidores, y el objetivo de la empresa es dar una solución cómoda y fácil de consumir al 40% de consumidores a nivel mundial que al menos una vez por semana consumen este tipo de bebidas mientras se desplazan.



Pouch con pajita integrada para el consumo de bebidas.

Squeezy Straw es una bolsa flexible tipo Pouch que incluye en su diseño una pajita totalmente integrada para facilitar el consumo “on-the-go” de bebidas tales como zumos.

<http://squeezystraw.com>



SORBOS: las pajitas que se comen

Estas pajitas, ideadas por un grupo de emprendedores de Barcelona, se presenta en diferentes sabores – lima, fresa, limón, naranja o “energy”- y pueden ser personalizadas con la marca de la bebida, local... Un nuevo paso hacia materiales y productos cada vez más sostenibles

<http://wearesorbos.com>



Legislación, campañas y recomendaciones dietéticas

Impuesto a las bebidas azucaradas envasadas

Desde el 1 de mayo de 2017 se encuentra en vigor el impuesto sobre bebidas azucaradas envasadas en Cataluña, cuyo objetivo es limitar el consumo de este tipo de bebidas para así reducir su impacto negativo en la salud. Otros países de Europa han tomado también medidas en esta dirección.

Ante el desconocimiento que se percibe en torno a las bebidas no-alcohólicas que contienen azúcares añadidos y las que no (caso de la categoría legal de zumos 100%) es importante seguir en **la labor de comunicación** a las Administraciones Públicas, medios de comunicación y consumidores de que los zumos de frutas solo contienen los azúcares presentes de manera natural en la fruta.

En este sentido, Unijus desde Francia ya señaló a finales del 2016 que el sector de los zumos de frutas debe abordar el problema de las falsas percepciones de los consumidores en torno a los zumos.

Campañas como Fruice Juice Matters (<http://fruitjuicematters.eu/en>) están ayudando si duda en esta labor. A nivel nacional, esta campaña está liderada por Asozumos con el nombre “**Zumos de frutas en serio**” (<http://zumodefrutaenserio.es/es>).

La EFSA estudia los valores máximos recomendados para el consumo de azúcar añadido

La Autoridad Europea para la Seguridad de los Alimentos (EFSA) se pone manos a la obra para aportar criterios científicos y se ha puesto como límite 2020 para establecer el valor diario de consumo de azúcar añadido recomendable dentro de una dieta saludable. El estudio se realizará en respuesta a una petición de Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia.

De este estudio saldrán las recomendaciones básicas para todos los países miembros de la Unión Europea por lo que las legislaciones nacionales directrices alimentarias podrían verse afectadas para entonces.

Los azúcares añadidos, de cualquier fuente, incluyen sacarosa, fructosa, glucosa, hidrolizados de almidón, tales como jarabe de glucosa, jarabe de fructosa, y otras preparaciones azucaradas consumidas solas o añadidas durante la preparación y fabricación de los alimentos y bebidas.

Más detalles: <http://www.efsa.europa.eu/en/press/news/170323-0>

Residuos de plaguicidas

*En abril de 2017 la EFSA presentó los resultados de residuos de plaguicidas de los alimentos comercializados en la UE correspondientes a la campaña de control del 2015. En el informe se destaca que **un 97'2% de los alimentos analizados están libres de residuos o contienen plaguicidas dentro de los límites legales**, siendo este porcentaje mayor en el caso de los productos ecológicos (98,8%).*

Más detalles: <http://www.efsa.europa.eu/en/press/news/170411>

LA EFSA propone valores máximos para el metabolito de pesticidas 3,5,6-TCP

Los plaguicidas clorpirifos, clorpirifos-metilo y triclopir se descomponen después de su uso en un mismo metabolito: el 3,5,6-tricloropiridinol (3,5,6-TCP). La EFSA ha propuesto límites máximos de residuos para el 3,5,6-TCP al evaluar las tres sustancias activas mencionadas. Si la Comisión de la UE acepta esta propuesta, deberán satisfacerse las cantidades máximas para estos metabolitos. Los límites máximos propuestos por la EFSA se basan en la presunción de que se aplican buenas prácticas agrícolas (GAP) y sólo se utiliza una de las tres sustancias.

Por regla general, no se espera una diferencia sustancial en la evaluación mediante el límite máximo de residuos para la sustancia o para el metabolito. Sólo el uso paralelo de dos o tres de los plaguicidas mencionados podría conducir teóricamente a una situación en la que los niveles de metabolitos estén por encima del valor límite, aunque se hayan observado los valores límite para las sustancias individuales. Se trata de una propuesta, aunque la SGF recomienda a los fabricantes de zumos que revisen las técnicas de aplicación con sus proveedores de fruta en caso de que se apliquen las sustancias mencionadas.

Certificado electrónico para las importaciones de productos ecológicos

La Unión Europea lanzó en abril de 2017 un nuevo certificado electrónico para las importaciones de productos ecológicos. El nuevo sistema de certificación electrónica –que será la única certificación admisible a partir del 19 de octubre de 2017– busca mejorar las disposiciones en materia de inocuidad de los alimentos y reducir posibles fraudes. El nuevo sistema mejorará la trazabilidad de los productos ecológicos, cuyo mercado está en crecimiento.

Más detalles: <http://www.foodnavigator.com/Sectors/Beverage/EU-launches-electronic-tracking-system-for-organic-imports>

Zumo 100% sostenible

Las principales empresas europeas de bebidas y alimentos han unido sus fuerzas formando una coalición con el objetivo de obtener zumo y puré 100% sostenible para el 2030.

Bajo la coordinación de IDH, la Iniciativa de Comercio Sostenible, las empresas Döhler, FrieslandCampina Riedel, Refresco (miembros de SGF) y Verbruggen Juice Trading Sustainable Products b.v., firmaron un pacto global dirigido al abastecimiento sostenible verificado al 100% para sus zumos dentro de la próxima década. Con el apoyo de AIJN trabajarán en la certificación/verificación de sus cadenas de suministro y establecerán conjuntamente proyectos para abordar temas específicos de sostenibilidad como la inclusión de pequeños agricultores, las condiciones de trabajo, la erosión y degradación del suelo y la resiliencia al cambio climático. En 2018, las empresas se comprometen a tener un 15% de su volumen de suministro sostenible, 30% en 2020, 75% en 2025 y un 100% de abastecimiento sostenible para el 2030.

Los miembros de la alianza invitan a las empresas que operan en la cadena de suministro de zumos a unirse a esta iniciativa en pro de la sostenibilidad.

Más detalles: <http://www.aijn.org/news/leading-beverage-companies-100-sustainable-juice-1/>

Nueva guía provisional del código de prácticas AIJN para el agua de coco

El agua de coco se ha vuelto cada vez más popular en los últimos años debido a sus propiedades saludables intrínsecas. Aunque se denomina agua de coco se clasifica como zumo en el codex de zumos de fruta y néctares. AIJN presenta el nuevo código de prácticas (CoP) provisional para dos años sobre el agua de coco en el que se detalla el perfil químico del producto auténtico. Durante este tiempo, se pueden enviar más datos sobre los parámetros analíticos al grupo de expertos del Código de Prácticas para "refinar" la directriz y publicar la versión definitiva tras el periodo de dos años.

AIJN además ha realizado cambios en las directrices existentes para la uva, el limón, tomate, mandarina, zanahoria y aronia.

MÁS INFORMACIÓN



Nagore Picaza
Observatorio de Tendencias
e Innovación de AZTI

npicaza@azti.es

Sede AEAZN: C/ Princesa nº 24 28008-Madrid
Tfno: 91.559.24.52

Secretaría Técnica: AZTI
Parque Tecnológico de Bizkaia, Astondo Bidea-Edificio
609 48160 Derio (Bizkaia)



T. (+34) 946 574 000



E-mail: blandajo@azti.es



www.aeazn.es; www.azti.es