

PRODUTOS

Expoagas é vitrine para lançamentos e novidades

Feira vira oportunidade para marcas mostrarem ao mercado os produtos que estão saindo das fábricas

Tradicionalmente, a Expoagas é uma vitrine para que as marcas apresentem ao setor supermercadista seus novos lançamentos no mercado. Quem percorre os corredores da feira pode conferir de perto produtos que logo estarão nas prateleiras e balcões de supermercados de todo o Rio Grande do Sul e também do Brasil.

Diversas indústrias gaúchas prepararam uma série de novidades

para serem apresentadas na feira. A Fruki Bebidas é uma delas. A empresa apresentará o novo sabor em edição limitada do energético Elev na versão Pink Lemonade zero açúcares, em embalagens lata 473 ml e PET 2L. Além disso, será apresentado um rebranding da cerveja Bellavista, que traz também três novos produtos.

Os lançamentos apresentam os sabores Pilsen, na versão 473ml, e Session IPA, em lata 350ml, assim como a nova versão da Bellavista American IPA, agora em lata 350ml. A marca, que conta também com o sabor Premium Lager versões long neck e 473ml, ganhou, ainda, nova identidade visual.

“A Bellavista representa um resgate ao início da nossa história por ser a primeira marca e o primeiro produto da empresa. Com as novidades, reafirmamos a nossa missão de unir tradição e inovação, preservando a memória afetiva e adaptando-a às preferências atuais do consumidor e a tendências de mercado”, explica Júlio Eggers, diretor Administrativo e de Marketing da Fruki Bebidas.

Além dos lançamentos, a empresa leva à feira a ativação Fruki Lab, um espaço interativo onde os visitantes poderão criar seus próprios sabores de refrigerante, combinando bases clássicas com xaropes e complementos variados.



SOFIA SCHEIBEL/DIVULGAÇÃO/JC

Elev Pink Limonade: novidade da Fruki durante a feira na Fieggs

VIBRA FOODS/DIVULGAÇÃO/JC



Itens com a marca Nat começam a chegar aos supermercados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina em setembro

Vibra Foods traz linha de empanados

Com origem no município de Montenegro, a gaúcha Vibra Foods, um dos maiores players da avicultura nacional, é outra empresa que apresentará novidades da marca Nat durante a Expoagas 2025. O estande dará destaque aos novos cortes frescos temperados somente com ingredientes naturais, à renovação da linha Food Service, às novas embalagens de Nat Verde e ao lançamento da linha de empanados, que começa a chegar aos supermercados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina no

fim do mês de setembro.

“Nosso portfólio está alinhado às demandas atuais do consumidor moderno, que têm cada vez mais se interessado por marcas que oferecem praticidade e saudabilidade. Esses atributos também chamam a atenção do varejista, atacadista e de todos os profissionais do setor alimentício com quem estreitamos o relacionamento em eventos desta natureza”, afirma a gerente de Marketing da Vibra Foods, Andrea Pozzebon Medeiros.

Bom Princípio aposta em novos sabores de cremes

Outra empresa gaúcha que irá apresentar novos produtos é a Bom Princípio Alimentos, referência nacional em recheios, cremes, doces, geleias e conservas. Presente pela 11ª vez consecutiva na Expoagas, a companhia apresentará uma nova linha de cremes, em potes de 250g com tampa rosca.

Os novos sabores creme de pistache, creme de amendoim, creme de chocolate branco com cookies e creme de avelã com pedaços de castanhas chegam para ampliar as opções no portfólio. Outro lançamento são os sabores da linha de geleias gourmet, que agora incorporam versões defumadas e vêm nos sabores

cebola caramelizada defumada e pimenta vermelha defumada, em embalagens de vidro de 250g. A previsão é que os produtos cheguem ao varejo a partir da primeira semana de setembro.

Para esta edição, a Bom Princípio Alimentos preparou, ainda, uma experiência imersiva que convida o público a explorar todo o catálogo, desde os clássicos até as novidades que serão oficialmente apresentadas ao mercado durante o evento. Degustações, interações com a equipe e combinações gastronômicas criativas fazem parte da proposta.

“Esses lançamentos não são apenas uma resposta às novas demandas do consumidor e do varejo, mas também parte de um plano estratégico de expansão do portfólio e fortalecimento da marca, que projeta um crescimento de 25% ainda em 2025”, afirma o CEO da Bom Princípio Alimentos, Alexandre Ledur.

BOM PRINCÍPIO/DIVULGAÇÃO/JC



Empresa promove degustações, interações e combinações gastronômicas

Excelsior Alimentos apresenta releitura de clássicos

A Excelsior Alimentos, por sua vez, lançará na Expoagas uma nova versão de três clássicos da empresa. A linha de fatiados, que faz parte do core business do negócio, agora passa a dispor das mortadelas com e sem toucinho na versão 400g — ambas caracterizadas por sabor marcante com picância leve e textura macia. Já o presunto cozido será apresentado em embalagem de 300g. Feito 100% com carne de pernil suíno, o produto tem textura leve, macia e suculenta.

As novidades foram idealizadas em resposta a uma mudança de comportamento de consumo e de compra, principalmente relacionados a lojas de autosserviço e cash and carry (atacarejos), além de atender a dois perfis estratégicos: famílias maiores e

clientes de pontos de venda que precisam de produtos fatiados com padrão, economia por porção e controle de perdas na operação.

“Há uma procura crescente por produtos em formatos maiores, tanto por parte dos consumidores, que buscam por economia e custo-benefício, quanto pelos clientes varejistas que necessitam de praticidade de exposição e armazenamento”, explica Paula Fengler, especialista em Pesquisa e Desenvolvimento da Excelsior Alimentos.

A edição 2025 da feira tem um significado especial para a empresa: a Excelsior está entre as homenageadas da Associação Gaúcha de Supermercados (Agas) em reconhecimento à sua participação desde a primeira edição da feira.