

Balas e Doces Industrializados - Brasil - Dezembro 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“A categoria de balas e doces industrializados é altamente dominada pelas cinco maiores empresas, que juntas geram 90% das vendas em volume e valor. No entanto, a maior parte de novos produtos é lançada por empresas menores, o que ilustra o quão fragmentada é a categoria em termos de lançamento de novos produtos – fator positivo para a competição do mercado e inovação de produto.”
– Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Balas e fatores relacionados à saúde
- Atraindo consumidores mais maduros à categoria

As empresas menores podem tentar aumentar sua participação lançando produtos inovadores, em diferentes sabores. A população brasileira está envelhecendo, comendo menos balas e doces industrializados, portanto é essencial que as empresas sejam criativas para que consigam atrair este público.

COMPRE ESTE
Relatório agora

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Balas e Doces Industrializados - Brasil - Dezembro 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Introdução

Definição

Abreviações

Resumo Executivo

O mercado

Figura 1: Previsão de vendas para o varejo de balas e doces industrializados, por valor, Brasil, 2009-19

Fatores que irão influenciar o mercado

Empresas, marcas e inovação

Figura 2: Participação das 10 principais empresas no lançamento de novos produtos no mercado de balas e doces industrializados, por empresa 2012-14

O consumidor

Figura 3: Frequência de consumo de balas e doces industrializados, julho de 2014

O que pensamos

Questões Principais e Insights

Balas e fatores relacionados à saúde

Os fatos

As implicações

Figura 4: Posicionamento "baixo teor/reduzido/sem" de novos lançamentos de balas e doces industrializados, Brasil, 2013-14

Atraindo consumidores mais maduros à categoria

Os fatos

As implicações

Figura 5: Variedades de gomas da marca Sugarpova – "quirky", "flirty" e "sporty", 2014

Figura 6: Mentos Kiss – Edição limitada retrô, Brasil, novembro de 2014

Figura 7: Outras embalagens com conceito retrô, do Reino Unido e Canadá

Uso de Tendências

Make it Mine (Personalização de Produtos/Serviços)

Play Ethic (Importância do Divertimento)

East Meets West (Influências Orientais)

Figura 8: Kits de balas e gomas, Kracie Foods, Japão, 2014

Figura 9: Balas Japonesas com sabores inspirados em bebidas alcoólicas

Figura 10: Fiery Sriracha Candy Canes (J&D Foods), e Smint Fruit Kiss (Chupa Chups), 2013

Figura 11: Blend de Frutas (Delícias do Tio Avô), novembro de 2013; Balas de Algas Marinhas (Sweet Jelly), setembro de 2014

Fatores que irão Influenciar o Mercado

Tópicos centrais

O aumento do preço do açúcar

Aumenta a consciência sobre alimentos saudáveis

Mercado de produtos premium

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: reports@mintel.com

Balas e Doces Industrializados - Brasil - Dezembro 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Quem está Inovando?

Tópicos centrais

O mercado de balas e doces industrializados é muito fragmentado em termos de desenvolvimento de novos produtos

Figura 12: Participação das 10 principais empresas no lançamento de novos produtos no mercado de balas e doces industrializados, por empresa 2012-14

Perfetti van Melle

Figura 13: Lançamentos de novos produtos, Perfetti van Melle, Brasil

Mondelēz International

Embalagem inovadora de Tridente

Figura 14: Goma de mascar sabor hortelã em uma nova embalagem azul, Brasil, julho de 2014

Figura 15: Trident 14 unidades, Brasil, julho de 2014

Figura 16: Tridente Unlimited, Mondelēz, Brasil, junho de 2014

Halls entra no mercado de balas mastigáveis

Figura 17: Halls Soft, Mondelēz, Brasil, outubro de 2013

Riclan

Figura 18: Lançamentos de novos produtos, Riclan, Brasil

Arcor

Figura 19: Lançamento de novos produtos, Arcor, Brasil

Toffees e caramelos lideram lançamentos de novos produtos

Figura 20: Participação nos lançamentos de novos produtos no mercado de balas e doces industrializados, por segmento, 2012-14

Figura 21: Lançamentos de novos produtos no segmento de toffees, caramelos e torrone, Brasil

Maior variedade de sabores

Figura 22: Os 15 principais sabores em lançamentos de novos produtos na categoria de balas e doces industrializados, por sabor, 2012-14

Figura 23: Novos produtos contendo amendoim, Brasil

Figura 24: Balas e doces com sabores típicos do Brasil, Brasil

Figura 25: Doces com sabor de doce de leite

Tendências mundiais no mercado de balas e doces industrializados

Doces feitos com o adoçante Stevia

Figura 26: Lançamento de novos produtos de balas e doces industrializados no mundo que contém o adoçante Stevia, 2011-14

Figura 27: Exemplos de balas e doces industrializados feitos com o adoçante Stevia

Linhas gourmet e sabores inspirados em sobremesas

Figura 28: Doces com sabores de sobremesas

Sabores de café e chá cresceram 67% desde 2011

Figura 29: Fruit-Tella – Bala dura com sabor de café, nova embalagem, Perfetti van Melle, Brasil, outubro de 2014

Figura 30: Balas com sabor de café, Riclan, Brasil 2014

Tamanho do Mercado, Previsão e Desempenho dos Segmentos

Tópicos centrais

Mercado mundial de balas e doces industrializados

Desempenho do mercado

Figura 31: Previsão de vendas para o varejo de balas e doces industrializados, por valor, Brasil, 2009-19

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: reports@mintel.com

Balas e Doces Industrializados - Brasil - Dezembro 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 32: Previsão de vendas para o varejo de balas e doces industrializados, por volume, Brasil, 2009-19

Participação dos segmentos

Figura 33: Segmentação varejista do mercado de balas e doces industrializados, por volume (000) toneladas, 2010-12

Figura 34: Segmentação varejista do mercado de balas e doces industrializados, por valor (R\$ bi), 2010-12

Futuro do mercado

Fatores usados na previsão

Participação de Mercado

Tópicos centrais

Participação de mercado em volume e valor

Figura 35: Participação das empresas líderes de balas e doces industrializados, por volume, Brasil, 2011-12

Figura 36: Participação das empresas líderes de balas e doces industrializados, por valor, Brasil, 2011-12

Um mercado único

Empresas e Marcas

Mondelēz Brasil

Portfólio de produtos

Publicidade e marketing

Questões operacionais

Ferrero

Portfólio de produtos

Publicidade e marketing

Questões operacionais

Grupo Arcor

Portfólio de produtos

Publicidade e marketing

Questões operacionais

Riclan

Portfólio de produtos

Publicidade e marketing

Questões operacionais

O Consumidor – Frequência de Consumo de Balas e Gomas

Tópicos centrais

Balas e gomas são consumidas pela maioria dos brasileiros

Figura 37: Frequência de consumo de balas e gomas e doces industrializados, julho de 2014

Brasileiros preferem os drops

Figura 38: Frequência de consumo de balas e doces industrializados, julho de 2014

Consumidores com idade acima de 55 anos preferem os doces de amendoim

Figura 39: Frequência de consumo de balas e doces industrializados, por idade, julho de 2014

O Consumido – Local de Compra

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: reports@mintel.com

Balas e Doces Industrializados - Brasil - Dezembro 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Tópicos centrais

Figura 40: Local de compra de balas e doces industrializados, julho de 2014

Supermercados e padarias são os principais locais de compra de produtos da categoria

Figura 41: Local de compra de balas e doces industrializados, supermercados, por região, julho de 2014

Figura 42: Local de compra de balas e doces industrializados, padaria, por região, julho de 2014

Bombonière

Figura 43: Local de compra de balas e doces industrializados, bombonière, por região, julho de 2014

Bancas de jornal são os locais preferidos dos brasileiros que consomem balas e gomas todos os dias

Figura 44: Local de compra de balas e doces industrializados, bancas de jornal, por região, julho de 2014

Lojas especializadas são principalmente usadas no Sudeste

Rock Candy

Papabubble

happypills

O Consumidor – Fatores de Influência na Compra

Tópicos centrais

Figura 45: Fatores de influência na compra de balas e doces industrializados, julho de 2014

Sabores preferidos são mais importantes do que sabores novos

Figura 46: exemplos de produtos contendo mais de um sabor por embalagem

Figura 47: Mentos tropical rainbow, Mondelēz, Japão 2014

Figura 48: Fatores de influência na compra de balas e doces industrializados, julho de 2014

Figura 49: Tubes sabor carambola, lima e limão, Fini Regaliz, Brasil, junho de 2014

Variedades de balas/gomas com baixo nível de açúcar

Figura 50: Fatores de influência na compra de balas e doces industrializados, julho de 2014

Variedades premium

Figura 51: Produtos premium, Arcor, Brasil, 2014

Figura 52: Balas e gomas com sabor de bebidas alcoólicas

O Consumidor – Frequência de Consumo de Balas e Gomas

Tópicos centrais

Figura 53: Atitudes e comportamentos em relação a balas e doces industrializados, julho de 2014

Quase um terço dos consumidores de balas e gomas se preocupa com os aspectos relacionados a seu efeito para a saúde

Figura 54: Atitudes e comportamentos em relação à balas e doces industrializados, julho de 2014

Descobrir novos sabores

Figura 55: Balas de doce de leite e frutas brasileiras

Fidelidade à marca diminui com a idade

Figura 56: Atitudes e comportamentos em relação à balas e doces industrializados, julho de 2014

Apêndice – Tamanho e Previsão de Mercado

Figura 57: Melhor/pior caso adicional, por valor, 2014-19

Figura 58: Melhor/pior caso adicional, por volume, 2014-19

**COMPRE ESTE
relatório agora**

VISITE: store.mintel.com
LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094
Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100
EMAIL: reports@mintel.com

Balas e Doces Industrializados - Brasil - Dezembro 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 59: Vendas do varejo de balas e doces industrializados, por valor, Brasil, 2009-2019

Figura 60: Vendas do varejo de balas e doces industrializados, por volume, 2009-2019

Apêndice – O Consumidor – Frequência de Consumo de Balas e Gomas

Figura 61: Frequência de consumo de balas e doces industrializados, julho de 2014

Apêndice – O Consumidor – Local de Compra

Figura 62: Local de compra de balas e doces industrializados, julho de 2014

Figura 63: Frequência de consumo de balas e doces industrializados, por local de compra mais popular, julho de 2014

Figura 64: Frequência de consumo de balas e doces industrializados, por outros locais mais populares de compra, julho de 2014

Apêndice – O Consumidor – Fatores de Influência na Compra

Figura 65: Fatores de influência na compra de balas e doces industrializados, julho de 2014

Apêndice – O Consumidor – Atitudes e Comportamentos em Relação à Balas e Gomas

Figura 66: Atitudes e comportamentos em relação à balas e doces industrializados, julho de 2014

Repertório

Figura 67: Repertório de consumo de balas e doces industrializados, julho de 2014

Figura 68: Frequência de consumo de balas e doces industrializados, pelo repertório de consumo de balas e doces industrializados, julho de 2014

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: reports@mintel.com