

Sorvetes - Brasil - Junho 2015

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.



“Os investimentos de 2014 tendem a continuar influenciando o crescimento do mercado nos próximos anos, principalmente por meio de produtos de maior valor agregado, como sorvetes premium/gourmet e/ou sorvetes posicionados como saudáveis.”
 – Naira Sato, Especialista da Área de Alimentação e Bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- Existe oportunidade para se explorar o sorvete tipo geladinho/sacolê, visto como barato, para a classe AB?
- É possível posicionar o sorvete de iogurte/frozen yogurt como um substituto de refeições?
- Propostas mais premium podem aumentar o consumo de sorvetes tipo soft?
- Personalização de produto pode fazer com que os jovens consumam mais sorvetes?

Assim como grande parte da categoria de alimentos e bebidas, sorvetes no Brasil também sofrem grande influência das tendências gourmet e saudável. Mesmo sendo um alimento visto como indulgente, o sorvete pode entrar na área de saudabilidade sem comprometer o seu sabor, como, por exemplo, mencionando-se naturalidade de produto, qualidade e origem de ingredientes, etc. Esses aspectos também acabam agregando mais valor ao sorvete, podendo elevá-lo a um patamar de produto premium/gourmet. Por outro lado, também há oportunidade de enfatizar a sua indulgência, posicionando o sorvete como sobremesa, seja por meio de sobremesas feitas de/com sorvete, ou de sabores de sorvete inspirados em sobremesas.

Mercado de sorvetes

Dados de mercado de volume e valor: de acordo com definição do Mintel Market Sizes, o mercado de sorvetes considera todos os sorvetes que sejam embalados, à base de água ou de leite. Exclui sorvetes que não sejam embalados, sobremesas e bolos gelados, frozen yogurt/sorvete de iogurte e sorvete de queijo de soja (tofu). O valor e volume de mercado são baseados nas vendas no varejo, incluindo venda direta ao consumidor.

Dados da pesquisa com o consumidor: A pesquisa com o consumidor explora todos os tipos de sorvetes, incluindo sorvetes sem embalagem (por exemplo, o sorvete soft e o sorvete servido por bolas, em sorveterias) e frozen yogurt/sorvete de iogurte.

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

Sorvetes - Brasil - Junho 2015

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

Definições

Mercado de sorvetes

Siglas, moedas e escalas

Resumo Executivo

O mercado

Figura 1: Previsão de valor do mercado de sorvetes, no varejo, Brasil, 2010-20

Empresas, marcas e inovações

Unilever vem mantendo liderança de mercado, e continua crescendo em participação

Figura 2: Participação das empresas no varejo de sorvetes, em valor, 2014

O consumidor

Formatos premium e claims de saudabilidade podem aumentar o consumo de geladinhos/sacolés entre a classe AB

Figura 3: Consumo de sorvetes, por classe social e por tipo "sorvete no saquinho (ex: geladinho/gelinho/sacolé)", janeiro 2015

Frozen yogurt com mais proteínas e fibras pode ser posicionado como substituto de refeições

Figura 4: Ocasões de consumo de sorvetes por "sorvete de iogurte/frozen yogurt", janeiro de 2015

Existe espaço para propostas mais premium para sorvetes tipo soft

Figura 5: Opiniões sobre sorvetes por tipo "sorvete na casquinha tirado na hora", janeiro de 2015

Personalização de sorvetes pode aumentar o consumo dos jovens

Figura 6: Atitudes em relação ao consumo de sorvetes por faixa etária, janeiro de 2015

O que pensamos

Mercado – Tópicos Centrais

Sobremesas à base de sorvete podem aumentar o consumo da classe AB?

Existe espaço para as paletas trazerem mais propostas gourmet?

Picolé pode reforçar seu posicionamento de consumo on-the-go?

Aplicação de Tendências

Tendência: The Real Thing (A Coisa Real)

Tendência: Minimize Me (Minimize-me)

Tendência: The Big Issue (O Grande Tema)

Quem está Inovando?

Tópicos centrais

Sabores exóticos podem ser mais explorados em picolés

Figura 7: Participação de lançamentos de sorvetes, excluindo os sabores chocolate, baunilha e morango, em relação ao total de lançamentos na categoria por ano, no Brasil, Japão, China e EUA, 2010-14

Sorvetes funcionais podem atrair mais os consumidores acima de 55 anos para a categoria

Figura 8: Participação de lançamentos de sorvetes com claims funcionais, em relação ao total de lançamentos na categoria por ano, no Brasil, Japão, China e EUA, 2010-14

Mercado e Previsão

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

Sorvetes - Brasil - Junho 2015

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

Copa do Mundo e mais investimentos em produtos de maior valor agregado impulsionam crescimento do mercado em 2014

Figura 9: Vendas no varejo de sorvetes, Brasil, valor e volume, 2010-20

Expectativa de maiores investimentos em produtos premium/gourmet e saudáveis impacta em crescimento positivo para a categoria

Figura 10: Previsão de valor do mercado de sorvetes, no varejo, Brasil, 2010-20

Figura 11: Previsão de volume do mercado de sorvetes, no varejo, Brasil, 2010-20

Fatores usados na previsão

Participação de Mercado

Tópicos centrais

Unilever vem mantendo liderança de mercado, e continua crescendo em participação

Figura 12: Participação das empresas no varejo de sorvetes, em valor, 2013-14

Figura 13: Participação das empresas no varejo de sorvetes, em volume, 2013-14

Empresas e Marcas

Unilever

Kibon

Ben & Jerry's

Nestlé

Sorvetes Jundiá

Sorvetes Creme Mel

O Consumidor – Frequência de Consumo de Sorvetes

Tópicos centrais

Inovações na categoria podem melhorar a frequência de consumo de sorvetes

Figura 14: Consumo de sorvetes, janeiro 2015

Formatos premium e claims de saudabilidade podem aumentar o consumo de geladinhos/sacolés entre a classe AB

Figura 15: Consumo de sorvetes, por classe social e por tipo "sorvete no saquinho (ex: geladinho/gelinho/sacolé)", janeiro 2015

Mais atraídos por inovações e produtos premium, jovens podem ser formadores de opinião de novas marcas do segmento

Figura 16: Consumo de sorvetes, por faixa etária e por tipos de sorvete, janeiro 2015

O Consumidor – Ocasões de Consumo de Sorvetes

Tópicos centrais

Sorvetes posicionados como mais saudáveis podem ser mais consumidos após o almoço

Figura 17: Ocasões de consumo de sorvetes, janeiro de 2015

Sobremesas de sorvete para dividir com os amigos podem aumentar o consumo das mulheres jovens

Figura 18: Ocasões de consumo de sorvetes, por faixa etária 16-24 anos e gênero, janeiro de 2015

Frozen yogurt com mais proteínas e fibras pode ser posicionado como substituto de refeições

Figura 19: Ocasões de consumo de sorvetes por "sorvete de iogurte/frozen yogurt", janeiro de 2015

O Consumidor – Opiniões Sobre Sorvetes

Tópicos centrais

Figura 20: Opiniões sobre sorvetes, janeiro de 2015

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

Sorvetes - Brasil - Junho 2015

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.

Existe espaço para propostas mais premium para sorvetes tipo soft

Figura 21: Opiniões sobre sorvetes por tipo "sorvete na casquinha tirado na hora", janeiro de 2015

Alta qualidade de ingredientes de sorvetes pode ser percebido como fator de saudabilidade por alguns consumidores

Figura 22: Concordância com o atributo "sorvete de iogurte/frozen yogurt é mais saudável do que os outros sorvetes" por tipos de sorvete, janeiro de 2015

O Consumidor – Atitudes em Relação ao Consumo de Sorvetes

Tópicos centrais

Praticidade do sorvete pode ajudar consumidores a economizar tempo na hora de servir uma sobremesa

Figura 23: Atitudes em relação ao consumo de sorvetes, janeiro de 2015

Personalização de sorvetes pode aumentar o consumo dos jovens

Figura 24: Atitudes em relação ao consumo de sorvetes por faixa etária, janeiro de 2015

Sorvetes com sabores alcoólicos podem ser uma proposta atraente para os homens jovens

Figura 25: Concordância com o atributo "eu estaria interessado em experimentar mais sorvetes com sabores diferentes (ex. sabores exóticos)" por faixa etária 16-24 anos e por gênero, janeiro de 2015

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