Atitudes em Relação aos Alimentos Orgânicos - Brasil - Outubro 2016

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 orgânicos parece ser favorecida por muitos aspectos percebidos pelo consumidor: é saudável, é mais saborosa, é sustentável e é transparente, honesta. Com tantas qualidades associadas aos alimentos e bebidas orgânicos, as oportunidades para se explorar mais esses tipos de produtos no Brasil são vastas."

– Naira Sato, Especialista da Área de Alimentação e Bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Opções orgânicas podem movimentar mais os restaurantes**
- **Orgânicos podem se aproveitar do movimento de bebidas mistas**
- **Pães orgânicos podem ser percebidos como mais nutritivos**

A demanda de alimentos e bebidas orgânicos vem sendo impulsionado pela busca por um estilo de vida mais saudável, mas também por uma preocupação maior dos brasileiros com o tipo de alimento que estão consumindo – e o orgânico oferece a transparência de não usar agrotóxicos, uma vantagem frente aos outros produtos. Outra vantagem do orgânico é de conseguir se associar facilmente à praticas sustentáveis, agregando maior valor ao produto.

COMPRE ESTE Relatório agora

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

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

reports.mintel.com © 2016 Mintel Group Ltd. Todos os direitos reservados. Confidencial a Mintel.

Atitudes em Relação aos Alimentos Orgânicos - Brasil - Outubro 2016

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

Visão Geral

Definição

Resumo Executivo

Empresas, marcas e inovações

Existe demanda para mais alimentos e bebidas orgânicos

Equilibrando sabor e saúde

O consumidor

Transparência pode impulsionar a compra de orgânicos para bebês

Figura 1: Compra de orgânicos pela categoria "comida e/ou bebida para bebês (ex. leite tipo fórmula, papinha)" em lares com crianças de menos de 3 anos, junho de 2016

Classe AB é a que mais compra orgânicos online

Figura 2: Canais de compra de orgânicos "supermercado online", por classe social, junho de 2016

Sabor: Um diferencial para os orgânicos

Figura 3: Razões para comprar orgânicos, junho de 2016

Orgânicos podem se aproveitar do movimento das frutas e vegetais "imperfeitos"

Figura 4: Atitudes em relação a orgânicos, junho de 2016

Claims relacionados a diabetes/hipertensão podem atrair as mulheres acima de 45 anos

Figura 5: Comportamento "Ler as mensagens de produto na embalagem (ex. "fortificado com vitaminas", bom para os ossos)", por gênero e idade de 45 anos ou mais, junho de 2016

O que nós pensamos

Tópicos Centrais

Opções orgânicas podem movimentar mais os restaurantes

Os fatos

As implicações

Orgânicos podem se aproveitar do movimento de bebidas mistas

Os fatos

As implicações

Pães orgânicos podem ser percebidos como mais nutritivos

Os fatos

As implicações

O Mercado – O que Você Precisa Saber

Feiras e espaços dedicados à orgânicos crescem no Brasil

Produtos orgânicos e a sustentabilidade

Agrotóxicos no Brasil

Fatores que Irão Influenciar o Mercado

Busca pela saudabilidade impulsiona o mercado de orgânicos no Brasil

Negócios sustentáveis ajudam pequenos produtores

Discussão sobre o uso de agrotóxicos no Brasil

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Atitudes em Relação aos Alimentos Orgânicos - Brasil - Outubro 2016

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.

Empresas, Marcas e Inovação – O que Você Precisa Saber

Existe demanda para mais alimentos e bebidas orgânicos

Equilibrando sabor e saúde

Quem está Inovando?

Brasileiro quer maior variedade de orgânicos

Figura 6: Percentual de lançamentos com claims de "orgânico", no total das categorias de alimentos e bebidas, Brasil, 2015-16

Orgânicos conseguem equilibrar sabor e saúde

O Consumidor– O que Você Precisa Saber

Alimentos e bebidas orgânicos para bebes têm grande aceitação entre pais brasileiros

Canal online atrai classe AB

Oportunidade para falar de sabor superior em orgânicos

Valorização dos alimentos imperfeitos

Oportunidade para orgânicos entre mulheres acima de 45 anos

Compra de Orgânicos por Categoria

Oportunidade para melhorar o consumo de orgânicos industrializados

Figura 7: Compra de orgânicos por categoria, junho de 2016

Mulheres têm interesse em comprar mais doces e sobremesas orgânicos

Figura 8: Compra de orgânicos pela categoria de "doces/sobremesa (ex. sorvete, chocolate)", por faixa etária e gênero feminino, junho de 2016

Transparência pode impulsionar a compra de orgânicos para bebês

Figura 9: Compra de orgânicos pela categoria "comida e/ou bebida para bebês (ex. leite tipo fórmula, papinha)" em lares com crianças de menos de 3 anos, junho de 2016

Canais de Compra de Orgânicos

Atendimento personalizado pode ser diferencial na venda de orgânicos em lojas especializadas

Figura 10: Canais de compra de orgânicos, junho de 2016

Amostras grátis e produtos para ocasiões especiais influenciam escolha do canal de compra dos homens

Figura 11: Canais de compra de orgânicos, por gênero, faixa etária de 16 a 34 anos, em lojas especializadas, junho de 2016

Classe AB é a que mais compra orgânicos online

Figura 12: Canais de compra de orgânicos "supermercado online", por classe social, junho de 2016

Razões para Comprar Orgânicos

Sabor: Um diferencial para os orgânicos

Figura 13: Razões para comprar orgânicos, junho de 2016

Programas de fidelidade podem aumentar a compra de orgânicos entre homens

Figura 14: Razão para comprar orgânicos "para aproveitar uma oferta especial de preço", por gênero, junho de 2016

Oportunidade para aliar orgânicos a saudabilidade e sustentabilidade

Figura 15: Razões para comprar orgânicos "queria trocar minha comida por uma alternativa saudável" e "é mais sustentável do que comida/bebida normal", por classe social, junho de 2016

Atitudes em Relação a Orgânicos

Orgânicos podem se aproveitar do movimento das frutas e vegetais "imperfeitos"

Figura 16: Atitudes em relação a orgânicos, junho de 2016

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Atitudes em Relação aos Alimentos Orgânicos - Brasil - Outubro 2016

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.

Redes sociais podem ser usadas para informar mais sobre os orgânicos

Figura 17: Atitudes "tenho pouco conhecimento sobre comidas/bebidas orgânicas", por classe social, junho de 2016

Orgânicos podem ajudar crianças e adolescentes a adotar um hábito alimentar saudável

Figura 18: Atitude "comidas/bebidas orgânicas são mais nutritivas do que as normais", por idade das crianças em domicílio, junho de 2016

Comportamento de Compra

Oportunidade para destacar mais a palavra "orgânico" na embalagem

Figura 19: Comportamento de compra de orgânicos, junho de 2016

Claims relacionados a diabetes/hipertensão podem atrair as mulheres acima de 45 anos

Figura 20: Comportamento "Ler as mensagens de produto na embalagem (ex. "fortificado com vitaminas", bom para os ossos)", por gênero e idade de 45 anos ou mais, junho de 2016

Contar sobre origem dos orgânicos pode criar mais valor para categoria

Figura 21: Comportamento "Checar a origem do produto (país/região/cidade de origem)", por faixa etária, junho de 2016

Apêndice – Abreviações

Abreviações

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com