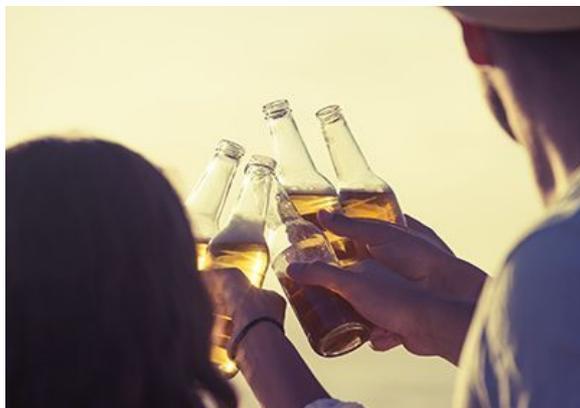


Cerveja - Brasil - Agosto 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

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



“A categoria de cervejas passa por um momento de transição.”
 – **Ana Paula Gilsogamo, Analista de alimentos e bebidas**

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Crise e aumento no preço da cerveja afetam consumo da categoria**
- **Preocupação com a saudabilidade é uma barreira para o consumo da categoria**

As vendas totais de cerveja no varejo brasileiro cresceram 2,7% de 2015 para 2016 e devem alcançar a marca de R\$ 79 bilhões em 2017. Olhando para o futuro, a previsão é de que as vendas no varejo atinjam R\$101,20 bilhões em 2022. A situação de crise, a alta no desemprego e aumento dos custos da categoria estimulou a queda no volume de consumo de cerveja pelos consumidores brasileiros. Pôde-se perceber o empenho das marcas em investir em novos tipos de cerveja e ampliar suas linhas de produto comuns, trazendo versões premium e extra, mas ainda há poucas iniciativas focadas em educar o consumidor de cervejas sobre novos segmentos da categoria e possíveis ocasiões de consumo.

**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

Cerveja - Brasil - Agosto 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

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

Sumário

Visão Geral

O que você precisa saber

Definição

Excluídos

Termos

Resumo Executivo

Desafios

Crise e aumento no preço da cerveja afetam consumo da categoria

Figura 1: Previsão do mercado de cervejas, varejo em valor, 2012-2022

Preocupação com a saudabilidade é uma barreira para o consumo da categoria

Oportunidades

A procura por outros tipos de cerveja pode ampliar a venda de produtos com maior valor agregado.

Figura 2: Mudanças no consumo de cerveja, abril 2017

Produtos mais saudáveis podem ser diferenciais no momento da compra

Oportunidade de educar o consumidor sobre novos tipos de cerveja e ensinar a harmonizar cada um deles com refeições/alimentos.

O que nós pensamos

O Mercado – O que você precisa saber

Mercado de cervejas cresceu aquém do esperado em valor e volume teve queda em 2016

Atual cenário econômico estabiliza a previsão de crescimento da categoria

Super safra, queda da inflação, alta do desemprego, aumento do consumo feminino e envelhecimento da população são fatores que influenciarão o mercado

Mercado e Previsão

Mercado de cervejas cresceu aquém do esperado em valor e volume teve queda em 2016

Figura 3: Mercado de cervejas em valor e volume, varejo, 2012 - 2022

Atual cenário econômico estabiliza a previsão de crescimento da categoria

Figura 4: Previsão do mercado de cervejas, varejo em valor, 2012-2022

Figura 5: Previsão do mercado de cervejas, varejo em volume, 2012-2022

Fatores que Influenciarão o Mercado

Queda no índice da inflação

Super safra de grãos

Alta de desemprego

Aumento do consumo de álcool pelo público feminino

Envelhecimento da população

Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

Ambev mantém liderança e Heineken deve assumir a segunda posição

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

Cerveja - Brasil - Agosto 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

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

Marcas diversificam suas campanhas e ações em busca de novos segmentos de mercado
Novos sabores e novas embalagens

Participação de Mercado

Ambev mantém a liderança da participação de mercado em valor e volume

Figura 6: Participação dos líderes de vendas no varejo de cerveja, por valor (em bilhões) – Brasil, 2015 – 2016

Figura 7: Participação dos líderes de vendas no varejo de cerveja, por volume (em bilhões de litros) – Brasil, 2015 – 2016

No mundo, fusão da AB InBev e SABMiller foi aprovada pelos órgãos reguladores

No Brasil, compra de Kirin pela Heineken deve colocar a empresa no segundo lugar na participação de mercado, ultrapassando o Grupo Petrópolis

Campanhas e ações de marketing

Marcas investem em eventos intimamente atrelados ao consumo da categoria

Figura 8: Campanha Skol "Atletas da Diversão :: Jogos Olímpicos Rio 2016™", maio de 2016

Estrella Galicia aumenta investimento no mercado brasileiro de cerveja

Harmonização de cerveja com refeições

Figura 9: Campanhas Brahma Extra, julho de 2017

Gigantes com ares de comércio local e artesanal

Diversidade e empoderamento feminino

Figura 10: Campanha Skol "Reposter Skol", março de 2017

Figura 11: Campanha Skol "Skolors", abril de 2017

Quem está inovando?

Inovação em sabor atrai o interesse dos consumidores

Figura 12: Percentual de lançamentos de cervejas com sabor*, por total de lançamentos de cervejas no país, 2014-16.

Embalagem de vidro possui percepção de maior qualidade e custos mais baixos nas opções retornáveis.

Figura 13: Campanha Itaipava "Retornáveis", abril de 2017

Figura 14: Percentual de lançamentos de cervejas por tipo de embalagem, Brasil, 2014-16

O Consumidor – O que você precisa saber

Cerveja mista com outras bebidas alcólicas representa oportunidade especialmente entre o público 18-34 anos

Consumo em casa é uma grande oportunidade para a categoria, especialmente em tempos de crise

Com a queda do consumo de cerveja em geral, atender demandas específicas dos diferentes perfis de consumidores são alternativas

Enquanto as mulheres são mais fiéis às marcas, os homens querem saber mais sobre a categoria como um todo.

Cerveja sem álcool saborizada pode ser uma forma de quebrar a barreira de percepção de sabor deste segmento

Frequência de consumo

O consumo de cervejas misturadas com outras bebidas alcólicas se destaca.

Figura 15: Consumo total de cerveja, abril de 2017

Cerveja misturada com outras bebidas alcólicas representa oportunidade junto ao público de 18 a 34 anos

Figura 16: Frequência de consumo de cerveja, abril de 2017

Trabalhadores em tempo integral podem representar uma oportunidade de público para cervejas sem álcool/com baixo teor alcólico

Figura 17: Frequência de consumo de cerveja, abril de 2017

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

Cerveja - Brasil - Agosto 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

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

Ocasões de consumo

Consumo em casa é uma oportunidade para a categoria

Figura 18: Ocasões de consumo, abril 2017

Oportunidade para estimular o consumo de cerveja em casa entre homens de mais de 35 anos

Figura 19: Ocasões de consumo, abril 2017

Harmonização de cervejas saudáveis com refeições saudáveis feitas em casa é oportunidade junto ao público acima de 35 anos

Figura 20: Comportamento de consumo de cerveja, abril 2017

Mudanças no consumo de cerveja

Embalagens menores representam uma oportunidade junto aos consumidores que têm diminuído o consumo de cerveja

Figura 21: Mudanças no consumo de cerveja, abril 2017

Cervejas com menos calorias têm maior penetração entre as classes AB

Figura 22: Mudanças no consumo de cerveja, abril 2017

A curiosidade dos 18-34 anos por novos produtos pode ser tanto uma oportunidade quanto ameaça para a categoria

Figura 23: Mudanças no consumo de cerveja, pela demografia, abril de 2017

Comportamento de consumo

Benefícios para a mente e para o corpo podem representar oportunidades junto aos consumidores de cerveja

Figura 24: Comportamento de consumo de cerveja, abril 2017

Mulheres jovens são ligeiramente mais fiéis a sua marca preferida de cerveja

Figura 25: Comportamento de consumo de cerveja, pela demografia, abril de 2017

O consumidor masculino tem interesse em aprender mais sobre a categoria

Figura 26: Comportamento de consumo de cerveja, pela demografia, abril de 2017

Atitudes em relação à cerveja

Adicionar sabor às cervejas sem álcool pode ser uma forma de expandir o consumo do segmento

Figura 27: Atitudes em relação à cerveja, abril de 2017

Cerveja de trigo pode ser uma oportunidade para melhorar vendas durante o inverno

Figura 28: Atitudes em relação à cerveja, abril de 2017

A harmonização com pratos e alimentos é uma oportunidade para posicionar cervejas mais leves para as classes AB

Figura 29: Atitudes em relação à cerveja, pela demografia, abril de 2017

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Mercado e previsão

Figura 30: Mercado de cervejas em valor e volume, varejo, 2012 - 2022

Figura 31: Previsão do mercado de cervejas, varejo em valor, 2012-2020

Figura 32: Previsão do mercado de cervejas, varejo em volume, 2012-2020

Figura 33: Participação dos líderes de vendas no varejo de cerveja, por valor (em bilhões) – Brasil, 2015 – 2016

Figura 34: Participação dos líderes de vendas no varejo de cerveja, por volume (em bilhões de litros) – Brasil, 2015 – 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