

Iogurte - Brasil - Novembro 2017

Preço do relatório: £3008.96 | \$3995.00 | €3429.31

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



"Mesmo diante do cenário de crise, a categoria de iogurtes pode ganhar espaço ao oferecer opções convenientes para diferentes ocasiões de consumo e ensinar ao consumidor novas possibilidades de uso do iogurte. Estimulando assim sua percepção como uma alternativa saudável a outras categorias."

– **Ana Paula Gilsogamo, Analista de alimentos e bebidas**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Crise e aumento no preço da categoria afetam consumo de iogurtes
- Consumo combinado ou substituível por outras categorias pode dificultar o amadurecimento da categoria
- Dificuldade no entendimento dos benefícios do iogurte pode prejudicar a percepção de valor agregado da categoria

Pôde-se perceber que nos últimos dois anos as marcas têm se empenhado em investir em lançamentos de iogurtes focados em ocasiões de consumo mais específicas, como por exemplo café da manhã e lanche infantil. Entretanto ainda é necessário que a categoria amadureça e se consolide junto ao consumidor brasileiro, visando tornar-se menos dependente dos preços e ganhar espaço frente a outras categorias como de snacks, ingredientes culinários e sobremesas, por exemplo.

**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

Iogurte - Brasil - Novembro 2017

Preço do relatório: £3008.96 | \$3995.00 | €3429.31

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

Resumo Executivo

Desafios

Crise e aumento no preço da categoria afetam consumo de iogurtes

Figura 1: Mercado de iogurtes em valor e volume, varejo, 2012-22

Consumo combinado ou substituível por outras categorias pode dificultar o amadurecimento da categoria

Dificuldade no entendimento dos benefícios do iogurte pode prejudicar a percepção de valor agregado da categoria

Oportunidades

Busca por opções mais saudáveis pode favorecer o consumo da categoria

Diversificação das ocasiões de consumo do iogurte são oportunidades de ampliar o portfólio de produtos e o consumo da categoria

Educar o consumidor sobre novos usos e os benefícios dos produtos pode ser oportunidade para amadurecer o consumo da categoria

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Crise e alta do preço do iogurte afeta consumo da categoria

Com estabilização do cenário econômico espera-se uma recuperação da categoria

Mercado e Previsão

Crise e alta do preço do iogurte afeta consumo da categoria

Figura 2: Mercado de iogurtes em valor e volume, varejo, 2012-22

Com estabilização do cenário econômico espera-se uma recuperação da categoria

Figura 3: Previsão do mercado de iogurte, varejo em valor, 2012-22

Figura 4: Previsão do mercado de iogurte, varejo em volume, 2012-22

Fatores Que Influenciarão o Mercado

Queda no índice da inflação

Alto custo de produção do iogurte

Alta taxa de desemprego

Maior participação da mulher no mercado de trabalho

Envelhecimento da população

60% da população adulta brasileira têm sobrepeso

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Grupo Danone continua liderando o mercado de iogurtes

Marcas diversificam seus produtos focando em ocasiões de consumo específicas

Iogurte com frutas e vegetais e opções feitas com leite vegetal podem atrair o consumidor brasileiro

Participação de Mercado

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

Iogurte - Brasil - Novembro 2017

Preço do relatório: £3008.96 | \$3995.00 | €3429.31

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

Grupo Danone continua liderando o mercado de iogurtes

Figura 5: Participação dos líderes de vendas no varejo de iogurte, por valor – Brasil, 2015-16

Figura 6: Participação dos líderes de vendas no varejo de iogurte, por volume – Brasil, 2015-16

Campanhas e Ações de Marketing

Grupo Danone realiza promoção multimarca

Figura 7: Promoção "Tampinha Premiada" Grupo Danone, agosto de 2017

Danoninho lança embalagem "para levar" na lancheira

Figura 8: Campanha Danoninho para levar, agosto de 2017

Activia adota novo posicionamento global

Figura 9: Campanha "#VivendoInSync" Activia, setembro de 2016

Lançamento da linha café da manhã da Activia

Figura 10: Campanha Activia Café da Manhã, maio de 2016

Vigor adota novo posicionamento e identidade visual

Figura 11: Campanha Uma Vigor renovada, descubra esse sabor, julho de 2017

Batavo divulga nova linha de iogurte com mais pedaços de fruta

Figura 12: Campanha Uma Vigor renovada, descubra esse sabor, julho de 2017

Quem Está Inovando?

Iogurte com frutas e vegetais atraem os consumidores brasileiros

Iogurte feito com leite de vegetais gera interesse entre os consumidores brasileiros

Figura 13: Porcentagem de lançamentos de iogurtes sem laticínios, global, por ano, jan 2012-nov 2017

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Garrafa maior pode ser rota de entrada no consumo de iogurtes mais saudáveis

Iogurtes com benefícios relaxantes e que melhorem a qualidade do sono são oportunidade para o consumo como lanche tarde da noite

Há espaço para iogurtes indulgentes para adultos

Esclarecer os benefícios de iogurtes com probióticos pode ampliar o interesse pelo segmento

Iogurte de três camadas pode ser boa opção para extensão de linha

Hábitos de Consumo

Garrafa maior pode ser rota de entrada no consumo de iogurtes mais saudáveis

Figura 14: Consumo de iogurte, formato por tipo de iogurte, setembro 2017

Ensinar consumidoras a utilizar iogurte natural sem sabor em receitas pode ampliar a frequência de consumo do produto

Figura 15: Consumo de iogurte natural sem sabor, por gênero, setembro 2017

Opções de Iogurte grego para beber podem ampliar o consumo do segmento entre o público masculino

Figura 16: Consumo de iogurte grego, por gênero, setembro 2017

Ocasões de Consumo

Iogurtes com benefícios relaxantes e que melhorem a qualidade do sono são oportunidade para o consumo tarde da noite

Figura 17: Ocasões de consumo de iogurte, setembro 2017.

Para quem trabalha o dia todo, embalagem on-the-go de iogurtes densos e/ou com pedaços de frutas pode estimular o seu consumo como substituto a refeições

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

Iogurte - Brasil - Novembro 2017

Preço do relatório: £3008.96 | \$3995.00 | €3429.31

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

Figura 18: Consumo de iogurte em refeições – Sozinho, por situação de trabalho, setembro 2017

Iogurtes com sabores indulgentes podem ser boa opção de lanche para os consumidores de 16-34 anos

Figura 19: Consumo de iogurte como lanche, pela faixa etária, setembro 2017

Percepção Sobre Iogurte

Há espaço para iogurtes indulgentes para adultos

Figura 20: Análise de correspondência, iogurte, outubro de 2017

Segmento light/zero precisa se renovar

Sobremesas prontas feitas com iogurtes podem ser vistas como opção saudável

Atitudes em Relação ao Iogurte

Esclarecer os benefícios de iogurtes com probióticos pode ampliar o interesse pelo segmento

Figura 21: Atitudes em relação ao iogurte, setembro de 2017

Iogurte culinário pode atrair os consumidores 35+ por ser opção mais saudável ao creme de leite

Figura 22: Atitude "eu usaria iogurte como uma alternativa saudável de ingrediente para cozinhar (ex: em vez de creme de leite)", por faixa etária, setembro de 2017

Iogurte clean label pode ser oportunidade junto às classes AB

Figura 23: Atitude "eu verifico as informações nutricionais ao comprar iogurtes (ex: calorias, quantidade de proteínas)", por classe social, setembro de 2017

Interesse em Inovação

Iogurte de três camadas pode ser boa opção para extensão de linha

Figura 24: Interesse em inovação de iogurtes, setembro de 2017

Embalagem com biscoitos para molhar no iogurte pode ser opção de lanche para crianças

Figura 25: Interesse em "iogurte em potes divididos em duas partes com biscoitos para molhar no iogurte", por faixa etária dos filhos no lar, setembro de 2017

Iogurte grego com grãos pode ser oportunidade junto às consumidoras 35+

Figura 26: Interesse em "iogurte contendo grãos e sementes (ex.: quinoa, linhaça)", por gênero e faixa etária, setembro de 2017

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Mercado e previsão

Figura 27: Mercado de iogurtes em valor e volume, varejo, 2012-22

Figura 28: Previsão do mercado de iogurte, varejo em valor, 2012-22

Figura 29: Previsão do mercado de iogurte, varejo em volume, 2012-22

Figura 30: Participação dos líderes de vendas no varejo de iogurte, por valor – Brasil, 2015-16

Figura 31: Participação dos líderes de vendas no varejo de iogurte, por volume – Brasil, 2015-16

Apêndice – Análise de Correspondência

Metodologia

Figura 32: Análise de correspondência, iogurte, outubro 2017

Figura 33: Percepção sobre iogurte, Brasil – Outubro 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