Cerveja - Brasil - Julho 2018

Preço do relatório: £2958.60 | $3995.00 | €3329.61

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

"Diante de um cenário econômico pouco favorável e de um consumidor brasileiro que mostra maior preocupação com a qualidade dos produtos, o desafio das marcas será encontrar maneiras de se diferenciar atendendo às preferências do consumidor de maneira segmentada, seja por ocasião de consumo ou por perfil de consumo."
– Ana Paula Gilsogamo, especialista em alimentos e bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Cenário econômico incerto e consumo menos focado na quantidade afeta a categoria**
- **Preocupação com a saúde e envelhecimento da população podem ser barreiras para o consumo de bebidas alcoólicas em geral, incluindo a cerveja**
- **Grandes marcas têm o desafio de manter a percepção de valor agregado das marcas artesanais que adquiriram**
- **Cervejas artesanais têm o desafio de construir uma imagem mais uniforme diante das diversas percepções do consumidor sobre a categoria**

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 © 2018 Mintel Group Ltd. Todos os direitos reservados. Confidencial a Mintel.

Cerveja - Brasil - Julho 2018

Preço do relatório: £2958.60 | $3995.00 | €3329.61

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

Cenário econômico incerto e consumo menos focado na quantidade afeta a categoria

Preocupação com a saúde e envelhecimento da população podem ser barreiras para o consumo de bebidas alcoólicas em geral, incluindo a cerveja

Grandes marcas têm o desafio de manter a percepção de valor agregado das marcas artesanais que adquiriram

Cervejas artesanais têm o desafio de construir uma imagem mais uniforme diante das diversas percepções do consumidor sobre a categoria

Oportunidades

Novo perfil de consumo mais focado na qualidade pode estimular o crescimento da categoria em valor e oferecer oportunidade para cervejas premium e artesanais

Copa deve estimular o consumo de cerveja dentro e fora de casa

Desenvolver produtos segmentados de acordo com a ocasião de consumo pode ser oportunidade para a categoria

Mostrar como é feita a produção pode aumentar credibilidade da qualidade da cerveja junto ao consumidor brasileiro

Extensões de marca para outras categorias ou licenciamentos podem representar oportunidades junto aos consumidores entre 18 e 34 anos

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Mercado cresce em valor e cessa queda em volume

Incertezas no cenário econômico, consumo menos focado na quantidade e preocupação com a saúde devem impactar o mercado

Mercado e Previsão

Mercado cresce em valor e cessa queda em volume

Figura 1: Mercado de cerveja em valor e volume, varejo, 2013 - 2023

Cenário econômico incerto e consumo menos focado na quantidade afetam a categoria

Figura 2: Previsão do mercado de cerveja, varejo, em valor, 2013 – 2023

Figura 3: Previsão do Mercado de cerveja, varejo, em volume, 2013 – 2023

Fatores que Influenciarão o Mercado

Incertezas no cenário econômico e político podem afetar negativamente a categoria apesar da queda do índice de inflação

Preocupação com a saúde é uma barreira para o consumo de bebidas alcoólicas em geral, incluindo a cerveja

Legislação aumenta pena para motoristas sob efeito do álcool

Copa deve estimular o consumo de cerveja dentro e fora de casa

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 - Julho 2018

Preço do relatório: £2958.60 | $3995.00 | €3329.61

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

Envelhecimento da população

Aumento do consumo de álcool pelo público feminino

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Ambev se mantém na liderança e Heineken fica em segundo lugar após a aquisição da Kirin

Marcas investem em campanhas e lançamentos focados na Copa do Mundo

Cerveja artesanal pode atrair público disposto a consumir menor quantidade de cerveja com maior valor agregado

Participação de Mercado

Ambev se mantém na liderança e Heineken fica em segundo lugar após a aquisição da Kirin

Figura 4: Participação dos líderes de vendas no varejo de cerveja, por valor – Brasil, 2016 – 2017

Figura 5: Participação dos líderes de vendas no varejo de cerveja, por volume – Brasil, 2016 – 2017

Campanhas e Ações de Marketing

Marcas investem em campanhas e lançamentos pensando na Copa do Mundo

Figura 6: Campanha "Os Rótulos Campeões da Brahma voltaram" - Brahma

Figura 7: Campanha "Na Copa do Mundo Fifa 2018™, Brahma é Brasil" – Brahma

Skol realiza ativações para impactar o público feminino

Figura 8: Campanha "#escutaasminas" – Skol

De forma divertida, Amstel aproveita o hábito de levar cerveja a eventos na casa de amigos e familiares para reforçar percepção da marca

Figura 9: Campanha "Você só precisa de Amstel"

Skol lança garrafa de vidro mais fácil de abrir

Figura 10: Nova long neck tampa abre fácil

Colorado dá chopp grátis no dia da cerveja

Figura 11: Voucher – Dia da Cerveja brasileira

Heineken realiza campanhas e evento durante final da Champions League

Figura 12: Ação "The Grand Finale" – Heineken

Quem Está Inovando?

Cerveja artesanal pode atrair público disposto a consumir menor quantidade de cerveja de maior valor agregado

Figura 13: Percentual de lançamentos de cervejas artesanais*, por região dentre o total de lançamentos de cervejas desse tipo por ano – jan 2014 a dez 2017

Figura 14: Principais claims relacionados à qualidade e premiunização utilizados pelas cervejas artesanais* – lançamentos – jan 2014 a dez 2017

Garrafas de vidro geram interesse junto ao consumidor brasileiro

Figura 15: Porcentagem de lançamentos globais de embalagens de vidro * por tamanho da embalagem na categoria de cervejas – Jan 2014 a dez 2017

Figura 16: Porcentagem de lançamentos no Brasil de embalagens de vidro * por tamanho da embalagem na categoria de cervejas – Jan 2014 a dez 2017

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Em ano de Copa, embalagens maiores podem ganhar espaço no consumo durante eventos esportivos dentro e fora de casa

Cervejas mais encorpadas podem despertar o interesse do público masculino

Marcas consolidadas podem ampliar seu público-alvo lançando produtos de sabor inovador com ingredientes de qualidade através de promoção baseada na recomendação pessoal

Para consumidor brasileiro cerveja artesanal está mais relacionada à qualidade de ingredientes e a sabores inovadores

Mostrar como é feita sua produção aumenta a credibilidade da qualidade da cerveja junto ao consumidor

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 - Julho 2018

Preço do relatório: £2958.60 | $3995.00 | €3329.61

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

Ocasião de Consumo Por Tipo de Cerveja

Em ano de Copa, embalagens maiores podem ganhar espaço no consumo durante eventos esportivos dentro e fora de casa

Figura 17: Ocasião de consumo por tipo de cerveja - Brasil, maio de 2018

Figura 18: Análise Cruzada de Ocasião de consumo, por preferência em relação quantidade de cerveja por embalagem- Brasil, maio de 2018

Figura 19: Campanha "Os rótulos Campeões Voltaram" – Brahma

Cervejas de maior teor alcoólico podem se posicionar para o consumo em casa antes de sair para balada, festas noturnas

Figura 20: Análise Cruzada de Ocasião de consumo, por preferência em termos de teor alcoólico - Brasil, maio de 2018

Cerveja escura pode ganhar espaço na ocasião de consumo sozinho relaxando em casa junto ao público com idade entre 45 e 54 anos

Figura 21: Ocasião de consumo "relaxando sozinho em casa", consumo de cerveja escura, pela faixa etária - Brasil, maio de 2018

Preferências

Cervejas mais encorpadas podem despertar o interesse do público masculino

Figura 22: Preferências, por sexo - Brasil, maio de 2018

Figura 23: How to pour the perfect pint of Guinness (Como servir a pint perfeita de guinness)

Embalagens menores têm maior apelo junto às classes AB, interessadas em consumir produtos mais caros em menor quantidade

Figura 24: Preferências, por classe social – Brasil, maio de 2018

Marcas internacionais podem ganhar mais espaço junto ao público feminino, que demonstra menos preferência e fidelidade a marcas nacionais

Figura 25: Preferências em relação a marca da cerveja, por sexo – Brasil, maio de 2018

Figura 26: Edição limitada Jane Walker

Razões Para Provar Novos Tipos de Cerveja

Marcas consolidadas podem ampliar seu público-alvo lançando produtos de sabor inovador com ingredientes de qualidade através de promoção baseada na recomendação pessoal

Figura 27: Análise TURF – Motivos para provar um novo tipo de cerveja – Brasil, Maio de 2018

Sabores exóticos e inovadores podem estimular a experimentação de lançamentos pelo público jovem

Figura 28: Razões para provar novos tipos de cerveja, por faixa etária – Brasil, maio de 2018

A recomendação de especialistas em bares pode estimular a experimentação de cervejas artesanais pelas classes AB

Figura 29: Razões para provar novos tipos de cerveja, por classe social – Brasil, maio de 2018

Figura 30: Diferentes tipos de cerveja categorizados – comercializados na cervejaria Taproom

Definição de Cerveja Artesanal

Para consumidor brasileiro cerveja artesanal está mais relacionada à qualidade de ingredientes e sabores inovadores

Figura 31: Definição de cerveja artesanal – brasil, maio de 2018

Figura 32: Selo de certificação de cervejaria artesanal britânica independente

Figura 33: Selo de certificação de Cerveja Artesanal Independente

Figura 34: Selo de Cervejaria Independente Brasileira.

Grandes empresas que adquiriram marcas artesanais precisam reforçar a manutenção de qualidade para conservar sua percepção artesanal

Investir em embalagens atrativas e inovadoras pode ser oportunidade para que cervejas artesanais ganhem espaço como presente

Figura 35: Análise cruzada de Definição de cerveja artesanal, com Comportamentos e Atitudes – brasil, maio de 2018

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

Figura 36: First Aid Kit (Kit de primeiros socorros) – cervejaria La Cavalera

Comportamentos e Atitudes

Mostrar como é feita sua produção aumenta credibilidade da qualidade da cerveja junto ao consumidor

Figura 37: Comportamentos e atitudes – Brasil, maio de 2018

Figura 38: Vídeo divulgação do Heineken Experience

Extensões de marca para fora da categoria ou licenciamentos podem ser oportunidade junto ao consumidor com 18 a 34 anos

Figura 39: Comportamentos e atitudes, por faixa etária – brasil, maio de 2018

Figura 40: Nova linha de molhos da Budweiser

Millennials mais velhos são os que mais associam marca ou tipo de cerveja consumido a personalidade

Figura 41: Comportamentos e atitudes, em relação à marca e tipo de cerveja, por geração – brasil, maio de 2018

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Mercado e previsão

Figura 42: Mercado de cerveja em valor e volume, varejo, 2013 – 2023

Figura 43: Previsão do mercado de Cervejas, varejo, em valor, 2013 – 2023

Figura 44: Previsão do Mercado de Cerveja, varejo, em volume, 2013 – 2023

Figura 45: Participação dos líderes de vendas no varejo de cerveja, por valor – Brasil, 2016 – 2017

Figura 46: Participação dos líderes de vendas no varejo de cerveja, por volume – Brasil, 2016 – 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