

Hábitos de Consumo de Snacks - Brasil - Março 2020

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.



“A categoria de snacks tem sido impulsionada a focar em opções mais saudáveis, seja por meio de regulamentações legais ou pela demanda dos consumidores.”

– Ana Paula Gilsogamo, Analista sênior de alimentos e bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- A categoria de snacks tem o desafio de ampliar sua frequência de consumo
- Limitações impostas pela Anvisa desafiam a categoria a oferecer opções mais saudáveis que agradem ao consumidor brasileiro

A Anvisa, seja através da nova regra de rotulagem ou do corte gradativo da gordura trans, tem pressionado a categoria como um todo a focar seus lançamentos de produtos em opções que sejam mais saudáveis. Como o consumidor brasileiro também demonstra interesse por alternativas mais saudáveis de snacks, alguns até estando dispostos a pagar mais caro por isso, marcas e categorias precisam se antecipar se quiserem se diferenciar pela saudabilidade. Ainda que haja esse movimento em relação à saudabilidade, a ponto de saudabilidade estar associada à percepção de gourmet/premium para essa categoria, o brasileiro ainda associa snacks com momentos de indulgência, uma vez que grande parte dos consumidores afirma ser mais exigente quanto à saudabilidade das opções durante as refeições do que durante os momentos de lanchinho. Assim, o desafio continua sendo como aumentar a saudabilidade sem prejudicar o sabor.

Apesar desse foco na saudabilidade, é importante que a categoria tenha em mente que uma das suas funções primordiais também é a conveniência, e para tanto, precisa pensar em formatos que ofereçam opções convenientes para consumo rápido e em qualquer lugar. O brasileiro consome diversos alimentos e bebidas como lanchinho que não são tipicamente categorizadas como snacks, sendo assim, há diversas categorias que poderiam ganhar espaço nessa ocasião ao investir em formatos que facilitem esse tipo de consumo.”

Outro ponto importante é o fato de o brasileiro consumir as mais diversas categorias de alimentos e bebidas como snacks, o que por um lado é uma oportunidade para as categorias que não se posicionam como snacks, mas por outro apresenta um desafio para as tradicionais categorias de snacks, como salgadinhos, iogurtes, entre outros.

**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

Hábitos de Consumo de Snacks - Brasil - Março 2020

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

Definição

Resumo Executivo

Desafios

A categoria de snacks tem o desafio de ampliar sua frequência de consumo

Figura 1: Frequência de consumo de snacks – Brasil, dezembro de 2019

Limitações impostas pela Anvisa desafiam a categoria a oferecer opções mais saudáveis que agradem ao consumidor brasileiro

Oportunidades

Existe espaço para combinar saudabilidade e percepção premium agregando valor aos produtos

Embalagens convenientes podem ampliar o consumo de categorias que normalmente não se posicionam como snacks

Figura 2: Consumo de snacks – Brasil, dezembro de 2019

Categorias refrigeradas podem conquistar espaço investindo em snacks que se conservem mais tempo fora da geladeira

Sabores indulgentes e exclusivos despertam o interesse da geração Z

O que nós pensamos

Fatores que Influenciarão o Mercado

Anvisa quer banir gordura trans de alimentos brasileiros até 2023

Revisão da regulamentação de rotulagem nutricional pela Anvisa deve impactar o mercado de alimentos e bebidas nos próximos anos

Aumento da obesidade afeta saúde dos brasileiros

Falta de tempo tem afetado as condições físicas e mentais dos brasileiros e motivado busca por opções convenientes

Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

Marcas investem em opções saudáveis

Snacks orgânicos têm potencial para ganhar espaço e maior percepção de saudabilidade junto ao brasileiro

Ação que abaixava preço do chocolate Snickers de acordo com a “raiva” latente nas redes sociais australianas aumentou suas vendas em 67%

Campanhas e Ações de Marketing

Nestlé lança Essentia, linha de chocolates orgânicos

Figura 3: Linha Essentia com opções com 55% e 70% de cacau em display de 10 unidades de 60g

Wickbold lança linha de cookies 100% integrais

Figura 4: Cookies – Wickbold 100% integral

Kopenhagen lança linha de chocolates Soul Good com foco em opções mais saudáveis

Figura 5: Tablete 70% cacau e Língua de Gato de linha Soul Good - Kopenhagen

Flormel cria caixas de produtos dirigidas a consumidores com restrições alimentares

Figure 6: Box Lac Zero - Sem Lactose

Cheetos realiza promoção em que leva consumidores a festa na casa da cantora Anitta

Figura 7: Captura de tela site promoção Cheetos e Anitta – Partiu Festa

Hersheys lança campanha “HerShe” em que traz embalagens especiais divulgando trabalho de mulheres artistas

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

Hábitos de Consumo de Snacks - Brasil - Março 2020

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.

Figure 8: Vídeo #HerSheGallery – Campanha Hershe

Quem está inovando?

Snacks orgânicos têm potencial para conquistar espaço e maior percepção de saudabilidade junto ao brasileiro

Figura 9: Porcentagem de lançamentos de aperitivos (snacks) orgânicos, entre os top 4 países em número deste tipo de lançamento e Brasil, jan 2017 a dez 2019

Marcas próprias têm espaço para investir na categoria de snacks

Figura 10: Lançamentos totais e Brasil na categoria de aperitivos (snacks), pela marca, jan 2017 a dez 2019

Figura 11: Seção de produtos prontos para consumo imediato – Loja Amazon Go

Estudo de caso

Ação que abaixava preço do chocolate Snickers de acordo com a “raiva” latente nas redes sociais australianas aumentou suas vendas em 67%

Figura 12: Variação da cotação de acordo com o monitoramento das redes sociais – Site Hungerthim

Figura 13: Vídeo case – Hungerthim Snickers

Foodstirs investe em opções de produtos de padaria prontos para consumo em formatos mini e claims saudáveis

O Consumidor – O que você precisa saber

Existe espaço para que frutas e vegetais invistam em formatos prontos para consumo

Destacar ingredientes naturais pode posicionar snacks como saudáveis e premium/gourmet

Pastas doces e salgadinhos podem investir em ingredientes de origens específicas para agregar percepção premium/gourmet

Barras de cereais doces podem destacar seus ingredientes naturais na parte frontal do rótulo

Categoria de snacks pode investir em mais opções saudáveis focadas no consumo infantil

Consumo por tipo e frequência de consumo de snacks

A categoria de snacks tem o desafio de ampliar sua frequência de consumo

Figura 14: Frequência de consumo de snacks – Brasil, dezembro de 2019

Figura 15: Linha Mix Perfeito - &joy

Pães, pastas de espalhar e ingredientes para sanduíches podem ampliar seu consumo como snacks

Figura 16: Consumo de snacks – Brasil, dezembro de 2019

Existe espaço para que frutas e vegetais invistam em formatos prontos para consumo

Atributos de snacks saudáveis

Destacar ingredientes naturais pode posicionar snacks como saudáveis e premium/gourmet

Figura 17: Atributos de snacks saudáveis – Brasil, dezembro de 2019

Mulheres percebem mais os snacks com baixo teor de carboidratos como saudáveis

Figura 18: Atributos de snacks saudáveis, por gênero – Brasil, dezembro de 2019

Consumidores da região Sudeste percebem mais snacks com baixo teor de gordura como saudáveis

Figura 19: Atributos de snacks saudáveis, por região – Brasil, dezembro de 2019

Atributos de snacks premium/gourmet

Pastas doces e salgadinhos podem investir em ingredientes de origens específicas para agregar percepção premium/gourmet

Figura 20: Atributos de snacks premium/gourmet – Brasil, dezembro de 2019

Embalagens atrativas e ingredientes únicos adicionam percepção premium/gourmet a snacks

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

Hábitos de Consumo de Snacks - Brasil - Março 2020

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.

Figura 21: Atributos de snacks premium/gourmet, por faixa etária – Brasil, dezembro de 2019

Mulheres percebem snacks artesanais como premium/gourmet mais do que os homens

Figura 22: Atributos de snacks premium/gourmet, por gênero – Brasil, dezembro de 2019

Comportamentos em relação a snacks

Categorias que necessitam de refrigeração precisam investir em snacks que se conservem mais tempo fora da geladeira

Figura 23: Comportamentos em relação a snacks, – Brasil, dezembro de 2019

Barras de cereais doces podem destacar seus ingredientes naturais na parte frontal do rótulo

Figura 24: Comportamentos em relação a snacks, por consumidores de barras de cereais doces – Brasil, dezembro de 2019

Combinar baixo teor de gordura, açúcar, sal e calorias pode ampliar frequência de consumo de mulheres 55+

Figura 25: Comportamentos em relação a snacks, por gênero e faixa etária – Brasil, dezembro de 2019

Atitudes em relação a snacks

Snacks de carne podem investir em claims saudáveis para ampliar seu consumo

Figura 26: Atitudes em relação a snacks, pelo consumo de snacks salgados – Brasil, dezembro de 2019

Figura 27: Linha de chips a base de carne de frango - Wilde

Sabores indulgentes e exclusivos despertam o interesse da geração Z

Figura 28: Atitudes em relação a snacks, por geração – Brasil, dezembro de 2019

Figura 29: Produtos exclusivos da loja Kitkat Chocolatory

Categoria de snacks pode investir em mais opções saudáveis focadas no consumo infantil

Figura 30: Atributos de snacks saudáveis para pais de crianças com até 12 anos, pela idade dos filhos – Brasil, dezembro de 2019

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