

Tendências em Alimentação Saudável: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Outubro 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 alimentação, saudável ganhou ainda mais destaque por impacto da COVID-19. Tanto como forma de cuidar da saúde imunológica, física e manter o peso diante da diminuição de atividades físicas, como também para lidar com a ansiedade e melhorar a saúde mental e emocional.”

– Ana Paula Gilsogamo, Analista Sênior de Alimentos e Bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- Impacto da COVID-19 nos hábitos alimentares dos brasileiros;
- Tendências em alimentação saudável alavancadas pela COVID-19: imunidade, saúde mental e emocional, segurança dos alimentos, manutenção do peso entre outras;
- Quais ações são consideradas importantes para a manutenção de hábitos alimentares saudáveis e quais dessas ações já fazem parte do dia a dia do consumidor;
- Quais categorias se destacam no consumo de versões saudáveis pelos brasileiros;
- Interesse e disposição do consumidor em pagar mais caro por alimentos e bebidas com claims/alegações saudáveis.

A preocupação com a alimentação saudável ganhou ainda maior importância devido à COVID-19. Seja para cuidar da saúde física e manter o peso diante da diminuição de atividades físicas, como também para lidar com a ansiedade e melhorar a saúde mental e emocional. O brasileiro em geral ainda relaciona muito a manutenção de hábitos alimentares saudáveis ao preparo de refeições em casa, utilizando ingredientes frescos e/ou minimamente processados. Mas passou também, especialmente durante a pandemia, a consumir mais vitaminas e suplementos e ver maior valor agregado em alimentos e bebidas com benefícios adicionados, com destaque para aqueles que ajudam a manter um sistema imunológico saudável.

**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

Tendências em Alimentação Saudável: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Outubro 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

- O que você precisa saber
- Principais pontos deste relatório
- Definição
- COVID-19: contexto de mercado

Resumo Executivo

Visão geral do mercado

Impacto da COVID-19 na categoria de alimentos e bebidas saudáveis

Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazos para as categorias macro de alimentos e bebidas e específicas de alimentos e bebidas saudáveis – Brasil, outubro de 2020

Impacto da pandemia até o momento atual

Figura 2: Status dos hábitos alimentares saudáveis durante a pandemia de COVID-19 – Brasil, junho de 2020

Impacto em curto e médio prazo (outubro de 2020 a dezembro de 2021)

Impacto em longo prazo (2022-2025)

Mintel Trend Drivers

Figura 3: Intel Trends Drivers

Desafios

Anvisa aprova novo padrão de rotulagem nutricional

Desemprego e alta nos preços de alimentos básicos impactam a lista de compras do brasileiro

Higienização e proteção de alimentos e bebidas é uma grande preocupação entre os consumidores

Oportunidades

Bebidas com foco na saúde cognitiva também podem ajudar a geração Z a suprir ingestão de ferro em suas dietas

Marcas próprias podem ajudar brasileiros a ampliar seu consumo de produtos à base de plantas

Ativos que auxiliam a saúde digestiva podem destacar benefícios para a saúde mental e emocional

Fatores que influenciarão o mercado

Desemprego e alta nos preços de alimentos básicos impactam a lista de compras do brasileiro

Figura 4: subutilização da força de trabalho – Taxa de desocupação dentre a população apta a compor a força de trabalho – Brasil, 10 de maio a 29 de agosto de 2020

Figura 5: IPCA - Variação mensal e acumulada no ano (%) - Índice geral e grupos de produtos e serviços – Brasil, agosto de 2020

Brasileiro mantém dieta à base de arroz e feijão, mas consumo de frutas e hortaliças está abaixo do esperado enquanto consumo de ultra processados vêm crescendo

Aumento da incidência de doenças crônicas como diabetes, hipertensão e obesidade no Brasil

Anvisa aprova novo padrão de rotulagem nutricional

Figura 6: limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio para fins de declaração da rotulagem nutricional frontal – Brasil, outubro de 2020.

Figura 7: Modelos que devem ser usados em alimentos cujas quantidades dos três nutrientes (açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio) sejam iguais ou superiores aos limites definidos – Brasil, outubro de 2020.

Figura 8: Novo modelo da Tabela de Informação Nutricional

Anvisa quer banir gordura trans de alimentos até 2030

Empresas, marcas e inovações – O que você precisa saber

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

Tendências em Alimentação Saudável: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Outubro 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.

Diversas marcas brasileiras lançaram produtos orgânicos e veganos

Além da vitamina C, a vitamina A tem potencial de destaque em alimentos e bebidas

General Mills registra crescimento de 50% em seu e-commerce graças a estratégia para ajudar consumidores a cozinhar mais em casa

Campanhas e Ações de Marketing

Várias marcas, de diferentes categorias, apostam no lançamento de versões orgânicas

Figura 9: Linha de frangos orgânicos - Sadia

Lançamentos brasileiros apostam em opções veganas

Figura 10: Incrível Coxinha - Ofner e Sadia

Figura 11: Mix para hambúrguer vegetal - Jasmine

Figura 12: Manteiga Vegan - Grings

Figura 13: The new Fish - Filés de plantas com sabor e textura de salmão - The New Butchers

Campanha do Burger King mostra Whopper mofado para anunciar a retirada de todos os conservantes do sanduíche

Figura 14: Campanha Nada Além do Whopper - Burger King

Wickbold lança linha de pães funcionais

Piracanjuba lança linha Imunoday com foco em suplementação e nutrição

Quem está inovando?

Além da vitamina C, a vitamina A tem potencial de destaque em alimentos e bebidas

Figura 15: Top 10 ativos presentes nos lançamentos globais de alimentos e bebidas fortificados com vitaminas e minerais - Setembro 2017 a setembro 2020.

Alimentos e bebidas podem investir em opções com ômega 3

Estudos de caso

General Mills registra crescimento de 50% em seu e-commerce graças a estratégia para ajudar consumidores a cozinhar mais em casa

Figura 16: Site Betty Crocker - General Mills

Figura 17: Site Pillsbury - General Mills

NotCo, empresa chilena especializada em produtos plant-based, recebe investimento de US\$ 85 milhões e visa o mercado norte-americano

Figura 18: NotCo usa inteligência artificial para criar alternativas vegetais com sabor idêntico aos produtos de origem animal

O Consumidor - O que você precisa saber

Personalização pode manter interesse de brasileiros mais saudáveis por produtos com benefícios adicionados

Bebidas com foco na saúde cognitiva também podem ajudar geração Z a suprir ingestão de ferro em suas dietas

Vitamina C pode agregar ainda mais valor a alimentos e bebidas

Marcas próprias podem ajudar brasileiros a ampliar seu consumo de produtos à base de plantas

Ativos que auxiliam a saúde digestiva podem destacar benefícios para a saúde mental e emocional

Higienização e proteção de alimentos e bebidas é uma grande preocupação entre os consumidores

Mudança dos hábitos alimentares saudáveis antes e durante a pandemia de COVID-19

Personalização pode manter interesse de brasileiros mais saudáveis por produtos com benefícios adicionados

Figura 19: Status de hábitos alimentares saudáveis durante a pandemia de COVID-19 - CHAID - Árvore de escolha - Brasil, junho 2020

Figura 20: Suplementos em formato de gomas personalizados impressos em 3D com base nos dados de saúde dos consumidores por meio de um questionário interativo - Nourished

Figura 21: Vídeo explicativo - Nourished

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

Tendências em Alimentação Saudável: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Outubro 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.

Consumidores menos saudáveis precisam de ajuda para lidar com estresse e ansiedade durante a pandemia

Figura 22: hábitos alimentares saudáveis durante a pandemia de COVID-19 e hábitos alimentares saudáveis durante a pandemia de COVID-19 – Brasil, junho de 2020

Compra de alimentos/bebidas saudáveis

Opções mais saudáveis de carnes e lácteos podem atrair aqueles com dificuldade em reduzir o consumo de produtos de origem animal

Figura 23: Compra de alimentos/bebidas saudáveis - Brasil, junho de 2020

Bebidas com foco na saúde cognitiva também podem ajudar geração Z a suprir ingestão de ferro em suas dietas

Figura 24: Compra de alimentos/bebidas saudáveis, por geração - Brasil, junho de 2020

Figura 25: Linha de bebidas

Cerveja nacional pode investir em opções mais saudáveis para homens com 55 anos ou mais

Figura 26: Compra de alimentos/bebidas saudáveis, por gênero e faixa etária - Brasil, junho de 2020

Interesse em claims saudáveis

Vitamina C pode agregar ainda mais valor a alimentos e bebidas

Figura 27: Interesse em vitaminas e minerais - Brasil, junho de 2020

Brasileiros que adotaram hábitos muito mais saudáveis durante a pandemia são os mais interessados em opções veganas e plant-based

Figura 28: Interesse em claims saudáveis, pelo status dos hábitos alimentares saudáveis durante a covid-19 - Brasil, junho de 2020

Doces e sobremesas podem investir em alto teor de fibra para proporcionar saudabilidade e ao mesmo tempo, sabor e textura

Figura 29: Compra de alimentos/bebidas saudáveis e interesse em claims saudáveis, por faixa etária - Brasil, junho de 2020.

Fatores importantes para manter uma alimentação saudável

Marcas próprias podem ajudar brasileiros a ampliar seu consumo de produtos à base de plantas

Figura 30: Importância em aumentar a quantidade consumida de alimentos e bebidas à base de plantas - Brasil, junho de 2020

Figura 31: Veg Burger Tradicional e Churrasco – Mari Mari

Marcas podem ajudar a geração Z a cozinhar mais do zero como forma de cultivar hábitos alimentares saudáveis

Figura 32: Importância de cozinhar do zero para manter uma alimentação saudável, por geração - Brasil, junho de 2020

Figura 33: Campanha Comida de Casa é Camil

Snacks com ingredientes naturais conhecidos que ofereçam benefícios para saúde mental podem atrair as consumidoras brasileiras

Figura 34: Fatores importantes para manter uma alimentação saudável, pelo gênero - Brasil, junho de 2020

Hábitos e atitudes em relação à alimentação saudável

Ativos que auxiliam a saúde digestiva podem destacar benefícios para a saúde mental e emocional

Figura 35: Hábitos e atitudes em relação à alimentação saudável - Brasil, junho de 2020

Enlatados podem destacar benefícios do armazenamento para combater percepção de menor saudabilidade

Figura 36: Hábitos e atitudes em relação à alimentação saudável, por interesse em claims saudáveis - Brasil, junho de 2020

Opções saudáveis de produtos industrializados podem fidelizar consumidores das classes AB mesmo após pandemia

Figura 37: Hábitos e atitudes em relação à alimentação saudável e hábitos alimentares saudáveis durante a pandemia de COVID-19 - Brasil, junho de 2020

Hábitos alimentares saudáveis durante a pandemia de COVID-19

Higienização e proteção de alimentos e bebidas é uma grande preocupação entre os consumidores

Figura 38: Hábitos alimentares saudáveis durante a pandemia de COVID-19 - Brasil, junho de 2020

Figura 39: Saco antibacteriano para carrinho de supermercado - Morrisons

Figura 40: X Germinator – Summerhil Market

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

Tendências em Alimentação Saudável: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Outubro 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 41: Cartilha Turma da Mônica - Como cuidar dos alimentos em tempos de coronavírus

Figura 42: Hábitos alimentares saudáveis durante a pandemia de COVID-19, pela geração - Brasil, junho de 2020

Refeições prontas podem aproveitar interesse de homens durante a pandemia para ampliar sua penetração junto a esse consumidor

Figura 43: Hábitos e atitudes em relação à alimentação saudável e hábitos alimentares saudáveis durante a pandemia de COVID-19, por gênero - Brasil, junho de 2020

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