

Hábitos de Consumo de Bebidas Não-Alcoólicas: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Novembro 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 crise econômica e a pandemia de COVID-19 têm provocado mudanças nos hábitos de consumo de bebidas não alcoólicas entre os brasileiros. Embora algumas categorias de bebidas tenham sofrido um maior impacto negativo, surgiram oportunidades para a categoria, como a adição de benefícios de melhora da imunidade.”

– **Laura Menegon, Analista Junior de Alimentos e Bebidas**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Impactos da COVID-19 na categoria de alimentos e bebidas e na categoria de bebidas não alcoólicas
- Oportunidades para a categoria alavancadas pela pandemia como bebidas com benefícios relacionados à imunidade e à saúde mental;
- Claims utilizados em bebidas não alcoólicas mais valorizados pelos consumidores
- Mudanças nos hábitos de consumo entre brasileiros de diversos perfis socioeconômicos

A categoria de Bebidas Não Alcoólicas foi impactada pelo fechamento do foodservice e pelo agravamento da crise econômica em 2020. No entanto, bebidas que tragam inovações para o consumidor como benefícios adicionais, especialmente relacionados à melhora da imunidade, energia ou saúde mental, podem conquistar espaço no mercado. Outra oportunidade para a categoria pode ser a utilização de fibras vegetais para reduzir o teor de açúcar de bebidas, especialmente após a entrada em vigor do novo modelo de rotulagens. Embalagens diferenciadas também podem atrair consumidores, especialmente os mais jovens e mais adeptos a compartilhar imagens em redes sociais.

**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 Bebidas Não-Alcoólicas: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Novembro 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 Bebidas Não Alcoólicas

Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazo para a categoria de Bebidas Não Alcoólicas, novembro de 2020

O impacto até o momento atual

Impacto em curto e médio prazo (novembro de 2020 até dezembro de 2021)

Impacto em longo prazo (2022-2025)

Mintel Trend Drivers

Figura 2: Mintel Trends Drivers

Desafios

Empresas deverão adequar mix de produtos ao novo contexto

Novo modelo de rotulagem aprovado pela Anvisa poderá representar um desafio para bebidas açucaradas

Oportunidades

Bebidas não alcoólicas com ingredientes focados na saúde do sistema imunológico despertam interesse dos brasileiros

Bebidas que ofereçam benefícios à saúde mental podem crescer no país

Uso de fibras vegetais pode possibilitar a redução do uso de açúcar em bebidas não alcoólicas

Fatores que Influenciarão o Mercado

Crise econômica e redução da renda dos brasileiros impacta a categoria

Novo modelo de rotulagem representará um desafio para toda a categoria

Figura 3: I\$Limites de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio, para fins de declaração na rotulagem nutricional frontal – Brasil, outubro de 2020

Figura 4: Modelos que devem ser usados em alimentos cujas quantidades de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio sejam iguais ou superiores aos limites definidos – Brasil, outubro de 2020

Figura 5: Novo modelo da tabela de informação nutricional

Falta de insumos no mercado pode comprometer produção

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Novos sabores e campanhas inovadoras

Claims relacionados ao tratamento ético de seres humanos e produtos de marcas próprias podem crescer no Brasil

A bebida destilada não alcoólica Seedlip faz sucesso com drinks sem álcool para adultos

Campanhas e Ações de Marketing

Guaraná Antártica lança Guaraná Natu, com 100% de ingredientes naturais

Figura 6: Vídeo de divulgação do Guaraná Natu, Brasil, agosto de 2020

Pepsi lança sua versão com sabor mais intenso, Pepsi Black

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 Bebidas Não-Alcoólicas: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Novembro 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 7: Vídeo de lançamento da Pepsi Black, Brasil, novembro de 2020

Havana e 3 Corações lançam café em parceria

Figura 8: Cápsula de cappuccino de doce de leite, Brasil, novembro de 2020

Vídeo no TikTok viraliza e divulga marca de sucos espontaneamente

Figura 9: Captura de tela do vídeo postado no TikTok pelo usuário @420doggface208

Figura 10: Imagem mostrando prateleira que continha o suco de Raspberry da marca Ocean Spray vazia

Guaraná Antarctica oferece espaço em suas latinhas para divulgação de marcas que investirem no futebol feminino

Figura 11: Divulgação campanha Guaraná Antarctica, Brasil, novembro 2020

Marca de iogurtes Corpus, da Danone, entra na categoria de sucos

Figura 12: Imagem de lançamento dos sucos naturais da marca corpus, dezembro de 2020

Quem Está Inovando?

Claims relacionados ao tratamento ético das pessoas envolvidas na cadeia de produção podem crescer na América Latina

Figura 13: Lançamentos de bebidas não alcoólicas contendo o claim "Ético – humano" nos últimos 3 anos completos, por região, 2017-19

Mercado de bebidas de marcas próprias tem espaço para crescimento

Figura 14: Lançamentos de bebidas não alcoólicas de marcas próprias nos últimos 3 anos completos nos 10 países com maior número de lançamentos, 2017-19

Estudos de Caso

As bebidas destiladas não alcoólicas Seedlip fazem sucesso com drinks sem álcool para adultos

Figura 15: Bebidas destiladas não alcoólicas da marca Seedlip e carta de coquetéis, dezembro 2020

Figura 16: Kit para o preparo do Nogroni, dezembro de 2020

Bodyarmor pretende assumir liderança do mercado de bebidas esportivas nos Estados Unidos até 2025

Figura 17: Divulgação da Bodyarmor, Estados Unidos, novembro de 2020

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Uso de cogumelos poderia adicionar benefícios a cafés moídos, agregando valor

Embalagens com design diferenciado podem atrair consumidores mais jovens

Adaptógenos podem popularizar o consumo de mocktails

Uso de fibras vegetais pode ajudar fabricantes a reduzir o teor de açúcar de bebidas

Ingredientes relaxantes podem agregar valor a bebidas focadas no público feminino

Destaque a ações sociais pode ajudar a fidelizar consumidores

Consumo de Bebidas Não Alcoólicas

Uso de cogumelos poderia adicionar benefícios a cafés moídos, agregando valor

Figura 18: Consumo de bebidas não alcoólicas, Brasil, agosto de 2020

Águas energéticas têm potencial para conquistar o mercado brasileiro

Figura 19: Atributos mais importantes para consumidores de água, Brasil, agosto de 2020

Customização pode aumentar o engajamento da geração Z a marcas de sucos

Figura 20: Consumo de sucos embalados por gerações, Brasil, agosto de 2020

Figura 21: Linhas Energy, Vitamins e Electrolytes, MiO, Canadá, novembro de 2020

Mudanças No Consumo de Bebidas Não Alcoólicas

Inclusão de benefício de relaxamento pode impulsionar consumo de refrigerantes

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 Bebidas Não-Alcoólicas: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Novembro 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 22: Mudanças no consumo de refrigerantes, Brasil, agosto de 2020

Figura 23: Driftwell, nova bebida da Pepsico com lançamento previsto para dezembro de 2020, Estados Unidos

Embalagens diferenciadas podem estimular jovens a comprar bebidas

Figura 24: Diminuição do consumo por categorias entre jovens de 16 a 24 anos, Brasil, agosto de 2020

Sabores indulgentes podem estimular aumento na frequência de consumo de cafés

Figura 25: Mudança no consumo de café quente nos 6 meses anteriores à pesquisa, Brasil, agosto de 2020

Mudanças Nos Hábitos de Consumo

Adaptógenos podem popularizar o consumo de mocktails

Figura 26: Atitudes em relação ao consumo de bebidas não alcoólicas, Brasil, agosto de 2020

Figura 27: Bebidas da marca Kin Euphorics: Kin Spritz, High Rhode e Dream Light, Estados Unidos, novembro de 2020

Bebidas em embalagens econômicas com benefícios adicionais para toda a família podem crescer

Figura 28: Comportamentos de consumidores que passaram a comprar mais bebidas não alcoólicas com benefícios adicionais, Brasil, agosto de 2020

Demanda por águas com certificação pode aumentar

Interesse por Claims em Bebidas Não Alcoólicas

Uso de fibras vegetais pode ajudar fabricantes a reduzir o teor de açúcar de bebidas

Figura 29: Claims mais importantes na compra de bebidas não alcoólicas, Brasil, agosto de 2020

Campanhas de refrigerantes nas redes sociais podem aumentar o engajamento de consumidores

Figura 30: Consumo de bebidas não alcoólicas por consumidores que selecionaram "uma marca popular nas mídias sociais" como um dos atributos mais importantes no momento da compra, Brasil, agosto de 2020

Figura 31: Canal no YouTube "É Coisa Nossa", do Guaraná Antártica, Brasil, novembro de 2020

Refrigerantes podem focar em adoçantes naturais para atrair consumidores

Comportamentos Após a COVID-19

Máscara e canudo reutilizável podem atrair consumidores que têm o hábito de consumir bebidas em movimento

Figura 32: Mudanças no consumo de bebidas não alcoólicas devido à COVID-19, Brasil, agosto de 2020

Figura 33: Máscara para consumo de bebidas, Estados Unidos, novembro de 2020

Ingredientes relaxantes podem agregar valor a bebidas focadas no público feminino

Figura 34: Consumo de bebidas que ajudam a relaxar, por gênero, Brasil, agosto de 2020

Receitas de bebidas podem estimular consumo entre os homens

Figura 35: Homens que têm gostado de testar novas receitas de bebidas em casa, por faixa etária, Brasil, agosto de 2020

Figura 36: Receitas de bebidas postadas na rede TikTok, novembro de 2020

Figura 37: Drinque sem álcool utilizando o chá desinchá como ingrediente, abril 2020

Comportamentos em Relação a Bebidas Não Alcoólicas

Destaque a ações sociais pode ajudar a fidelizar consumidores

Figura 38: Comportamento sobre consumo de bebidas não alcoólicas, Brasil, agosto de 2020

Figura 39: Instituto Coca-Cola Brasil, novembro de 2020

Figura 40: Festival de música online promovido pela Pepsi Brasil, abril de 2020

Águas em embalagens sustentáveis podem conquistar consumidores com estilo de vida ocupado

Figura 41: Interesse por águas em embalagens sustentáveis, Brasil, agosto de 2020

Bebidas com ingredientes naturais de marcas próprias podem atrair a classe AB

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 Bebidas Não-Alcoólicas: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Novembro 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 42: Opinião sobre bebidas não alcoólicas de marcas próprias, por classe social, Brasil, agosto 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