

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.

Este relatório analisa as seguintes áreas

- 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.



“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**

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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.

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**
Figura 7: Vídeo de lançamento da Pepsi Black, Brasil, novembro de 2020
- **Havanna 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**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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 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**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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 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

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

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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.

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**

Figura 42: Opinião sobre bebidas não alcoólicas de marcas próprias, por classe social, Brasil, agosto 2020

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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.

APÊNDICE – ABREVIACÕES

- Abreviações

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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



Sobre a Mintel

A Mintel é **especialista em identificar o que os consumidores desejam e por quê**. Como líderes mundiais em inteligência de mercado, nossas análises de consumidores, mercados, inovações de produtos e cenários competitivos fornecem uma perspectiva única sobre as economias globais e locais. Desde 1972, nossas análises preditivas e recomendações de especialistas permitem que nossos clientes tomem melhores decisões de negócios com mais rapidez.

Nosso objetivo é ajudar empresas e pessoas a crescer. Para saber como fazemos isso, visite **[mintel.com](https://www.mintel.com)**.