

Hábitos de Consumo de Bebidas Alcoólicas - Brasil - Março 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.



“Enquanto a Copa do Mundo pode estimular o consumo da categoria, a preocupação com a saúde pode ser uma barreira.”

- Ana Paula Gilsogamo, Especialista de Alimentos e Bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- Mesmo com a recuperação gradativa da economia e previsão de melhora no comércio, o consumidor tem gasto menos com a categoria de alcoólicos.
- A busca por hábitos e uma rotina mais saudáveis têm estimulado os brasileiros a consumir menos bebidas alcoólicas

Para equilibrar esse cenário as marcas e categorias podem aproveitar o interesse em inovações demonstrado pelo consumidor brasileiro investindo em novos lançamentos e promovendo novas experiências. Para tanto é preciso que entendam o lugar que ocupam na percepção do consumidor e como podem se apropriar melhor das ocasiões de consumo a que estão associadas, compreendendo o que cada perfil de consumidor espera em termos de sabor, conveniência, saudabilidade e custo”.

**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 Alcoólicas - Brasil - Março 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

Resumo Executivo

Desafios

Mesmo com a recuperação gradativa da economia e previsão de melhora no comércio, o consumidor tem gasto menos com a categoria de alcoólicos.

A busca por hábitos e uma rotina mais saudáveis têm estimulado os brasileiros a consumir menos bebidas alcoólicas

Oportunidades

Existe oportunidade de ensinar novos usos das bebidas alcoólicas, como o preparo de coquetéis em casa e a harmonização com pratos e refeições

A Copa Do Mundo deve estimular o consumo de bebidas alcoólicas dentro e fora de casa

Os consumidores, especialmente os mais jovens, demonstram interesse em bebidas alcoólicas saborizadas, misturadas com bebidas não alcoólicas ou alcoólicas.

A preocupação com a saúde pode impulsionar a presença de alternativas mais saudáveis e estimular o investimento em coquetéis sem álcool

O que nós pensamos

O Mercado – O que você precisa saber

Recuperação gradativa da economia e preocupação com a saudabilidade afetam a categoria

Fatores que Influenciarão o Mercado

Queda no índice da inflação

Apesar do recuo, a taxa de desemprego ainda é alta

Ano começa com ligeira alta na confiança do comércio

Envelhecimento da população

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

Diminuição das famílias e aumento de lares com um único morador

Legislação aumenta pena para motoristas sob efeito do álcool

Copa deve estimular o consumo de bebidas alcoólicas dentro e fora de casa

Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

A categoria de beidas alcoólicas tem investido em experiências e eventos especiais

Marcas ensinam outras formas de consumo de seus produtos, como o preparo de drinks em casa e harmonização com pratos/ alimentos

Bebidas alcoólicas saborizadas e coquetéis prontos para o consumo podem atrair o consumidor brasileiro

Campanhas e Ações de Marketing

Marcas investem em eventos especiais com bartenders e na criação de bares e eventos próprios com acesso limitado

Figura 1: Campanha Heineken Block "Shape Your city"

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 Alcoólicas - Brasil - Março 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.

Marcas ensinam consumidores a preparar drinks e a harmonizar bebidas com pratos/alimentos

Figura 2: Patrocínio e harmonização de receitas – Brahma Extra e Tastemade

Jameson realiza campanhas para mudar a percepção “tradicional” do uísque, incentivando sua mistura com outras bebidas

Figura 3: Campanha “Ser suave é para os fortes” – Jameson

Marcas lançam edições e sabores especiais para o carnaval

Figura 4: Produtos Skol Beats Fire e frost

Azuma Kirin traz o saquê para o universo das “ices”

Figura 5: Lançamento Sparkling – Azuma Kirin

Quem está inovando?

O sabor é bastante importante para os consumidores brasileiros de bebidas alcoólicas

Figura 6: Porcentagem do número de lançamentos de bebidas alcoólicas sem sabor x com sabor, por top 5 países em números totais de lançamentos + brasil, jan 2015 a dez 2017.

O brasileiro demonstra interesse por coquetéis prontos para beber em casa

Figura 8: Porcentagem do número de lançamentos de bebidas alcoólicas contendo as palavras “drinks” e/ou “cocktail” no nome de produto, por top 5 países em números totais de lançamentos + brasil, jan 2015 a dez 2017.

O Consumidor – O que você precisa saber

Ensinar o preparo de coquetéis pode estimular seu consumo em casa junto ao público de 18-34 anos e renovar a percepção da bebida

Existe espaço para cervejas internacionais se posicionarem junto ao consumidor em seus momentos de relaxamento sozinho em casa

Opções acessíveis podem manter a fidelidade dos consumidores a marcas conhecidas diante da queda nos gastos com bebidas alcoólicas

Opções mais saudáveis e de menor teor alcoólico podem atrair aqueles preocupados em manter uma rotina de cuidados com a saúde

A categoria de vinhos tem a oportunidade de se concretizar como a bebida alcoólica que melhor acompanha refeições/pratos

Tipo de bebida alcoólica por ocasião de consumo

Oferecer opções para diversas ocasiões de consumo em casa pode ser oportunidade para a categoria de vinhos

Figura 7: Ocasião de consumo por tipo de bebida alcoólica, consumo em casa x fora de casa, janeiro 2018.

Ensinar o preparo de coquetéis pode estimular seu consumo em casa junto ao público de 18-34 anos e renovar a percepção da bebida

Figura 8: Ocasião de consumo por tipo de bebida alcoólica, tipos de bebida x consumo assistindo eventos esportivos, janeiro 2018.

Figura 9: Resident Mixologist - Tanqueray

De olho na Copa, cervejas artesanais podem ampliar sua presença em bares e pubs com transmissão de eventos esportivos

Figura 10: Ocasião de consumo por tipo de bebida alcoólica, tipos de bebida x consumo assistindo eventos esportivos, janeiro 2018.

Ocasião de consumo

Existe espaço para cervejas internacionais se posicionarem junto ao consumidor em seus momentos de relaxamento sozinho em casa

Figura 11: Ocasião de consumo, janeiro de 2018

Investir em bares especializados em bebidas “da moda” pode representar oportunidade junto aos jovens millennials

Figura 12: Ocasião de consumo, por geração, janeiro de 2018.

A presença em casas noturnas e festivais de música pode ser oportunidade para vinhos e espumantes atraírem o público feminino

Figura 13: Ocasião de consumo, por sexo, janeiro de 2018

Fatores de escolha de bebidas alcoólicas

Opções mais acessíveis podem manter a fidelidade dos consumidores diante da diminuição nos gastos com bebidas alcoólicas

Figura 14: Fatores de escolha, pelo total, janeiro de 2018

A indicação de bartenders pode estimular a experimentação de novos produtos pelos consumidores jovens

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 Alcoólicas - Brasil - Março 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.

Figura 15: Fatores de escolha, pela faixa etária, janeiro de 2018

Edições especiais/sazonais de bebidas alcoólicas premium podem atrair as classes AB

Figura 16: Fatores de escolha, por classe social, janeiro de 2018.

Figura 17: Clube 12 – Campanha de Lançamento

Comportamento em relação a bebidas alcoólicas

Opções mais saudáveis e de menor teor alcoólico podem atrair aqueles preocupados em manter uma rotina de cuidados com a saúde

Figura 18: Comportamento em relação a bebidas alcoólicas, pela faixa etária, janeiro de 2018.

Bebidas alcoólicas misturadas com outras bebidas alcoólicas podem ter apelo junto ao consumidor com 18 a 34 anos

Figura 19: Comportamento em relação a bebidas alcoólicas, pela faixa etária, janeiro de 2018

Opções de drinks e coquetéis de bebidas não alcoólicas podem atrair o consumidor que tem migrado da categoria de alcoólicos

Figura 20: Aplicativo de acompanhamento Dry January & Beyond

Percepção em relação aos diferentes tipos de bebidas alcoólicas

A categoria de vinhos tem a oportunidade de se concretizar como a bebida alcoólica que melhor acompanha refeições/pratos

Figure 21: Análise de correspondência, janeiro 2018

Investir em extensões de linha e educar o consumidor sobre os diferentes tipos de cerveja pode incentivar a percepção de versatilidade da categoria

Figura 22: Cervejas – Brahma

Destilados prontos para beber misturados a bebidas não alcoólicas podem ser alternativa para aproximar a categoria do público mais jovem

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