

Hábitos de Consumo de Bebidas Não-Alcoólicas - Consumo em Casa e No Foodservice - Brasil - Julho 2019

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 categorias de bebidas não alcoólicas têm visto redução no seu consumo pelos brasileiros, mas por outro lado, bebidas que naturalmente fornecem benefícios funcionais aos consumidores têm ganhado espaço, como bebidas não alcoólicas fermentadas e café”.

Marina Ferreira, Especialista em Alimentos e Bebidas

Este relatório responde às seguintes questões:

- Nestlé passa a oferecer cápsulas de café da Starbucks para venda em supermercados
- Adoçantes naturais ainda são minoria entre os adoçantes usados em bebidas no Brasil
- “Café à prova de balas” é conceito que pode atrair os brasileiros

Diversas categorias de bebidas não alcoólicas têm sofrido redução de seu consumo pelos brasileiros. Na de refrigerantes, por exemplo, 40% dos brasileiros afirmaram estar consumindo menos em relação aos seis meses anteriores.

Por outro lado, bebidas que naturalmente fornecem benefícios funcionais aos consumidores têm ganhado espaço. Segundo a pesquisa da Mintel, 15% dos brasileiros consumiram bebidas não alcoólicas fermentadas nos últimos seis meses. Dentre esses, 25% afirmaram estar consumindo mais esse tipo de bebida. O café, reconhecido por suas propriedades energizantes, também tem visto aumento no consumo – 35% dos consumidores da bebida na versão quente afirmaram estar bebendo mais café em relação aos seis meses anteriores.

**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 - Consumo em Casa e No Foodservice - Brasil - Julho 2019

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

Empresas precisam repensar embalagens de bebidas para se adequarem às restrições do governo e à opinião pública em relação aos canudos plásticos

Canabidiol tem crescido em popularidade fora do país, mas ainda há falta de regulamentação específica para o uso da substância em produtos

Bebidas destinadas ao público infantil precisam reduzir o uso de alguns ingredientes para superar barreiras de consumo impostas pelos pais

Oportunidades

Com pacto para redução do teor de açúcar em produtos industrializados e provável mudanças na rotulagem, uso de adoçantes naturais em bebidas tem espaço para crescer

Interesse dos brasileiros por benefícios digestivos tem contribuído para a consolidação do segmento de bebidas fermentadas no país

Café pode ver renovação na categoria com a oferta de opções geladas, que promovam energia e entrada dos produtos da Starbucks nos supermercados

O que nós pensamos

Fatores que Influenciarão o Mercado

Acordo assinado para reduzir teor de açúcar de bebidas açucaradas e novas regras para a rotulagem exigem adaptação do setor

Figura 1: Modelos de rotulagem nutricional frontal em avaliação pela Anvisa

Implementação de leis que restringem o fornecimento de canudos plásticos promete levar empresas a repensar embalagens de bebidas que necessitam do utensílio

Canabidiol vem ganhando espaço internacionalmente como ingrediente no setor de alimentos e bebidas

Figura 2: Buscas mundiais pelo termo "cannabidiol" ("canabidiol" em português) entre 6 de julho de 2014 a 29 de junho de 2019

Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

Nestlé passa a oferecer cápsulas de café da Starbucks para venda em supermercados

Adoçantes naturais ainda são minoria entre os adoçantes usados em bebidas no Brasil

"Café à prova de balas" é conceito que pode atrair os brasileiros

Campanhas e Ações de Marketing

Heineken lança FYs, linha de refrigerantes criada para o público brasileiro

Bonafont lança edição comemorativa de 10 anos de águas sem gás com garrafas que estampam a arte urbana de São Paulo

Nestlé passa a oferecer cápsulas de café da Starbucks para venda em supermercados

Quem está inovando?

Bebidas orgânicas podem crescer no Brasil apostando na renovação do claim

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 - Consumo em Casa e No Foodservice - Brasil - Julho 2019

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 3: Lançamentos nas categorias de bebidas não alcoólicas com claim orgânico nos top 3 países que mais lançaram produtos com o claim + Brasil - 2016-2018

Figura 4: Suco de uva e espumante biodinâmico da Vinícola Garibaldi

Adoçantes naturais ainda são minoria entre os adoçantes usados em bebidas no Brasil

Figura 5: Lançamentos nas categorias de bebidas não alcoólicas por tipo específico de adoçante - Brasil, 2014-2018

Estudos de caso

Marcas podem inovar no segmento de água saborizada desenvolvendo produtos direcionados ao público infanto-juvenil

"Café à prova de balas" é conceito que pode atrair os brasileiros

Figura 6: Consumo de bebidas não alcoólicas - Qualquer consumo - Brasil, abril de 2019

O Consumidor - O que você precisa saber

Consumo de bebidas fermentadas não alcoólicas já tem representatividade no Brasil e há oportunidade de crescimento

Suco com gás pronto para beber pode ganhar espaço com posicionamento infanto-juvenil

Substituição do canudo descartável por versão reutilizável é realidade entre os consumidores engajados à causa ambiental

Homens demandam bebidas não alcoólicas saudáveis para consumo em festas e eventos

Energéticos podem apostar em versões com alto teor de proteína para atrair consumidores que trabalham e estudam

Marcas podem usar sistema de logística reversa para incentivar a troca de embalagens retornáveis

Consumo de bebidas não alcoólicas

Consumo de bebidas fermentadas não alcoólicas já tem representatividade no Brasil e há oportunidade de crescimento

Figura 7: Consumo de bebidas não alcoólicas - Brasil, abril de 2019

Figura 8: Vídeos da marca de bebidas Kevita sobre probióticos e seu papel na saúde digestiva

Figura 9: Comunicação da linha de kombuchas com probióticos da Campo Largo

Adição de ingredientes vegetais à água com gás pode contribuir para aumentar consumo da categoria no Norte e no Nordeste

Figura 10: Consumo de bebidas não alcoólicas por região - Brasil, abril de 2019

Mudanças no consumo bebidas não alcoólicas

Refrigerantes podem equilibrar volume de vendas focando em estratégias direcionadas ao foodservice

Figura 11: Mudanças no consumo bebidas não alcoólicas - Brasil, abril de 2019

Figura 12: Comportamentos em relação a bebidas não alcoólicas por mudanças no consumo bebidas não alcoólicas - Refrigerante - Brasil, abril de 2019

Figura 13: Comportamentos e atitudes em relação a bebidas não alcoólicas por mudanças no consumo bebidas não alcoólicas - Refrigerante - Brasil, abril de 2019

Figura 14: McDonald's passou a oferecer refrigerantes no formato refil

Suco com gás pronto para beber pode ganhar espaço com posicionamento infanto-juvenil

Figura 15: Mudanças no consumo bebidas não alcoólicas por filhos morando na residência - Brasil, abril de 2019

Comportamentos e atitudes em relação a bebidas não alcoólicas

Substituição do canudo descartável por versão reutilizável é realidade entre os consumidores engajados à causa ambiental

Figura 16: Comportamentos e atitudes em relação a bebidas não alcoólicas - Brasil, abril de 2019

Figura 17: Canudos de inox comercializados pela marca Green People

Figura 18: Tampa da Starbucks para substituição do uso de canudos em bebidas frias

Figura 19: Bebida com tampa com orifício funcional para consumo sem uso de canudo

Consumidores de alta renda podem ser incentivados a substituírem o café quente por café cold brew em dias quentes

Figura 20: Comportamentos e atitudes em relação a bebidas não alcoólicas por classe social - Brasil, abril de 2019

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 - Consumo em Casa e No Foodservice - Brasil - Julho 2019

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: Espresso Tônica da Pato Rei feito com café cold brew e água tônica

Kit para preparo em casa pode ser forma de superar a restrição às bebidas industrializadas impostas pelas mães

Figura 22: Comportamentos e atitudes em relação a bebidas não alcoólicas por filhos morando na residência – Brasil, abril de 2019

Figura 23: Kit “The Boba Box” da K-teas para a preparação de bubble tea

Atributos de bebidas não alcoólicas conforme a situação

Propriedades relaxantes despertam maior interesse do que benefícios energizantes em bebidas não alcoólicas para ocasiões especiais

Figura 24: Atributos de bebidas não alcoólicas conforme a ocasião – Em ocasiões especiais – Brasil, abril de 2019

Figura 25: Bebida com CBD da Bimble

Figura 26: Ingredientes relaxantes presentes nas bebidas da TranQuini

Homens demandam bebidas não alcoólicas saudáveis para consumo em festas e eventos

Figura 27: Atributos de bebidas não alcoólicas conforme a ocasião por gênero – Brasil, abril de 2019

Chás gelados podem ser posicionados como bebida saudável de baixa caloria para acompanhar refeições dos consumidores de 35 anos ou mais

Figura 28: Atributos de bebidas não alcoólicas conforme a ocasião – No almoço ou jantar por faixa etária – Brasil, abril de 2019

Interesse por claims em bebidas não alcoólicas

Baixo teor de carboidratos é atributo que pode ser destacado para valorizar bebidas pouco calóricas

Figura 29: Interesse por claims em bebidas não alcoólicas – Brasil, abril de 2019

Figura 30: Buscas pelo termo “low-carbohydrate diet” (“dieta baixa em carboidratos” em português) entre julho de 2016 e julho de 2019 no Brasil

Energéticos podem apostar em versões com alto teor de proteína para atrair consumidores que trabalham e estudam

Figura 31: Interesse por claims em bebidas não alcoólicas por situação de trabalho e estudo – Brasil, abril de 2019

Comportamentos em relação a bebidas não alcoólicas nos últimos seis meses

Marcas podem usar sistema de logística reversa para incentivar a troca de embalagens retornáveis

Figura 32: Comportamentos em relação a bebidas não alcoólicas nos últimos seis meses – Brasil, abril de 2019

Figura 33: Vídeo explicando o funcionamento da Loop

Uso de cápsulas para preparo de café pode crescer com oferta de opções para serem consumidas geladas

Figura 34: Comportamentos em relação a bebidas não alcoólicas nos últimos seis meses por consumo de bebidas não alcoólicas – Brasil, abril de 2019

Figura 35: Sugestão de preparo do café gelado Intenso On Ice da Nespresso

Checar a tabela nutricional é hábito de consumidores de energéticos preocupados com teor de açúcar e ingredientes artificiais da bebida

Figura 36: Comportamentos em relação a bebidas não alcoólicas nos últimos seis meses, análise CHAID – Brasil, abril de 2019

Figura 37: Aplicativo Desrotulando

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