



## **Os Produtos Mais Quentes do Mundo**

**Around the Globe**  
Informações Sobre o Crescimento de  
Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



A líder global em pesquisa, informações e análise de Mercado

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



## Índice

|   |           |
|---|-----------|
| ➤ <b>Introdução</b>                       | <b>2</b>  |
| ➤ <b>Constatações Globais</b>             | <b>4</b>  |
| ➤ <b>Principais Tendências</b>            | <b>9</b>  |
| ➤ <b>Maiores Crescimentos Absolutos</b>   | <b>15</b> |
| ➤ <b>Crescimento Regional</b>             | <b>16</b> |
| ➤ <b>Destaques nas Cestas de Produtos</b> | <b>22</b> |
| ➤ <b>Resumo</b>                           | <b>34</b> |
| ➤ <b>Metodologia</b>                      | <b>36</b> |

*As informações contidas neste relatório foram coletadas pelas subsidiárias da ACNielsen em 59 países ao redor do mundo. Se tiver perguntas, ou para obter informações mais detalhadas por país, por favor entre em contato com seu representante local dos Serviços Globais da ACNielsen ou com Clare Nishikawa ([clare.nishikawa@acnielsen.ca](mailto:clare.nishikawa@acnielsen.ca))*

*As informações contidas neste relatório não devem ser utilizadas fora de sua empresa sem o expreso consentimento por escrito do Departamento de Serviços Globais ACNielsen.*

Direitos Autorais © 2004 ACNielsen

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



## INTRODUÇÃO

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Introdução

**Os Produtos Mais Quentes do Mundo – Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004** é a continuação de nossa popular série enfocada em identificar as categorias que apresentam o mais rápido crescimento global. Em 2002, nosso primeiro estudo nesta série identificou as principais categorias de Alimentos & Bebidas que estavam liderando a indústria em crescimento. Anteriormente, ainda em 2004, foi a vez das tendências de crescimento no mercado de Higiene & Beleza serem exploradas. Porém, em um mundo em constante mutação e inovação, agora voltamos à cesta de Alimentos & Bebidas para um segundo olhar nas categorias que consumidores estão comprando ao redor do mundo.

Este novo estudo enfoca compras no varejo em 59 países cobrindo a região Ásia-Pacífico, os Mercados Emergentes, a Europa, a América Latina e a América do Norte. Os países incluídos no estudo respondem por mais de 93% do produto interno bruto mundial e por mais de 77% da população do planeta.

A ACNielsen analisou dados de mais de 89 categorias de Alimentos & Bebidas, comparando o ano móvel encerrado em julho de 2004 com o ano anterior. Estas 89 categorias foram então agrupadas em 12 cestas de produtos, permitindo a análise de tipos de produtos semelhantes. As 12 cestas de produtos incluem **Alimentos Infantis, Bebidas Alcoólicas, Bebidas Não-Alcoólicas, Doces, Biscoitos & Lanches Doces, Laticínios, Carnes, Peixes & Ovos, Frutas & Verduras, Refeições Prontas, Carboidratos Sem Açúcar, Sobremesas, Bolos & Doces, Ingredientes Culinários Básicos e Molhos**. Comparações com nosso estudo anterior foram conduzidas sempre que possível.

Com base na análise dos 59 países, a ACNielsen identificou três principais tendências que parecem ter impulsionado o crescimento das categorias de Alimentos & Bebidas ao longo dos doze últimos meses:

- **O Enfoque Contínuo na Saúde**
- **A Necessidade de Praticidade**
- **O Crescente Impacto das Marcas Próprias**

Curiosamente, apesar destas tendências serem identificadas como as forças responsáveis pelo recente crescimento de categorias de Alimentos & Bebidas, também haviam sido anteriormente identificadas este ano como exercendo um impacto significativo no crescimento de categorias de Higiene & Beleza. Isto demonstra claramente que os consumidores são coerentes nas mensagens que enviam tanto para fabricantes quanto para varejistas. Eles estão procurando produtos que sejam saudáveis, práticos e ofereçam uma boa relação custo/benefício.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



Assim como nossos outros estudos, este relatório toma como base informações sobre compras efetuadas no grande varejo, excluindo, de forma geral, canais tais como quiosques, bares, restaurantes e máquinas de venda automática. Em alguns países, as vendas de lojas de conveniência também foram excluídas. Nos Estados Unidos, dados do painel *Homescan* da ACNielsen foram incluídos para oferecer uma leitura total do mercado incluindo a rede Wal-Mart.

Por último, é importante observar que este estudo analisa tendências de crescimento em valor de vendas – e não em volume de vendas, e que, de forma geral, os dados dos países foram convertidos em euros segundo uma taxa de câmbio constante. Para os mercados hiper-inflacionários da Romênia e da Turquia foram utilizadas taxas de câmbio variáveis.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



**CONSTATAÇÕES GLOBAIS**

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



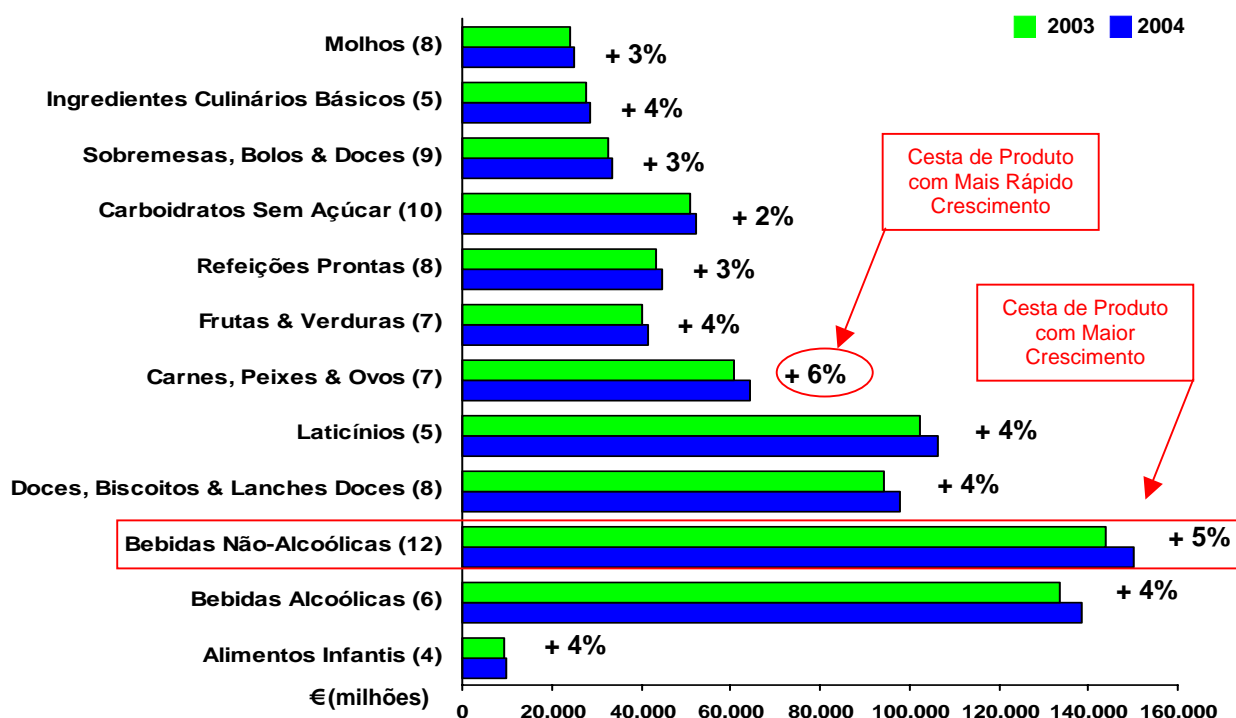
## Constatações Globais

### Alimentos & Bebidas Expandiram +4% entre 2003 e 2004

Nos países incluídos no estudo, o valor consolidado das vendas das 89 categorias de Alimentos & Bebidas expandiu apenas +4% em comparação ao ano anterior. Não surpreendentemente, esta taxa de crescimento relativamente baixa está alinhada à taxa de crescimento observada ano no estudo publicado anteriormente este ano, sobre Higiene & Beleza (+3%).

Entre estas 89 categorias, houve diferenças significativas no nível de crescimento por categoria . . . Na verdade, enquanto algumas categorias registram declínios, outras registram um forte crescimento de mais de +15%.

Entretanto, antes de analisarmos as taxas de crescimento de cada categoria individualmente, agrupamos as categorias em 12 grandes cestas de produtos. Apenas duas destas registraram taxas de crescimento acima da média. A cesta com a mais rápida expansão (a +6%) foi a de **Carnes, Peixes & Ovos**. Quatro das sete categorias na cesta de **Carnes, Peixes & Ovos** cresceram acima de +5% no último ano. Nesta cesta, **Ovos** é a categoria com o mais rápido crescimento, avaliada em €5.7 bilhões para os 13 países mensurados, e expandindo +16%.



### Crescimento Global por Cesta de produtos

(Número de categorias em cada Cesta de produtos)

## Os Produtos Mais Quentes do Mundo

### Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



Segundo o valor de vendas, **Bebidas Não-Alcoólicas** é a maior das 12 cestas de produtos (avaliada em €150.4 bilhões). Isto se deve principalmente à inclusão de diversas grandes categorias nesta cesta, particularmente **Bebidas Gasosas**, com €51.1 bilhões. Porém além de ser a maior cesta analisada segundo o valor de vendas, também é uma das cestas com o mais rápido crescimento (com um aumento de +5% em comparação ao ano anterior). Dada esta combinação de grande valor de vendas e forte taxa de crescimento, a cesta de **Bebidas Não-Alcoólicas** também apresentou o maior crescimento absoluto em valor dentre as 12 cestas de produtos estudadas (crescimento superior a €6.6 bilhões em comparação a 2003).

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



Das 58 Categorias Analisadas ...

Bebidas à Base de Soja Apresentam o **Mais Rápido** Crescimento

| Categoria com Mais Rápido Crescimento          | Cesta de produtos                | No. de Mercados em Expansão / Analisados | Taxa de Crescimento da Categoria 03-04 | Incremento de Valor da Categoria € |
|--|----------------------------------|--|--|------------------------------------|
| Bebidas à Base de Soja                         | Bebidas Não-Alcoólicas           | 19 de 20                                 | 31%                                    | 244 milhões                        |
| Iogurtes Líquidos                              | Bebidas Não-Alcoólicas           | 37 de 40                                 | 19%                                    | 655 milhões                        |
| Ovos   | Carnes, Peixes & Ovos            | 13 de 13                                 | 16%                                    | 802 milhões                        |
| Cereal / Musli / Barra de Cereais              | Doces, Biscoitos & Lanches Doces | 26 de 30                                 | 14%                                    | 314 milhões                        |
| Bebidas Isotônicas / Energéticas               | Bebidas Não-Alcoólicas           | 45 de 48                                 | 10%                                    | 438 milhões                        |
| Edulcorantes                                   | Ingredientes Culinários Básicos  | 21 de 28                                 | 10%                                    | 77 milhões                         |
| Refeições Completas Refrigeradas               | Refeições Prontas                | 15 de 15                                 | 10%                                    | 487 milhões                        |
| Frutas Congeladas                              | Frutas & Verduras                | 14 de 14                                 | 9%                                     | 37 milhões                         |
| Molhos Para Salada Refrigerados                | Molhos                           | 7 de 10                                  | 9%                                     | 21 milhões                         |
| Bebidas Não-Gasosas Prontas                    | Bebidas Não-Alcoólicas           | 46 de 55                                 | 8%                                     | 1.9 bilhões                        |
| Cacau / Chocolate / Bebidas Maltadas           | Bebidas Não-Alcoólicas           | 35 de 42                                 | 8%                                     | 189 milhões                        |
| Saladas Prontas Frescas                        | Frutas & Verduras                | 9 de 10                                  | 8%                                     | 166 milhões                        |
| Carnes Congeladas                              | Carnes, Peixes & Ovos            | 19 de 25                                 | 7%                                     | 299 milhões                        |
| Vegetais Frescos                               | Frutas & Verduras                | 4 de 5                                   | 7%                                     | 640 milhões                        |
| Sobremesas Refrigeradas                        | Sobremesas, Bolos & Doces        | 24 de 27                                 | 7%                                     | 237 milhões                        |
| Óleos Alimentares                              | Ingredientes Culinários Básicos  | 35 de 42                                 | 7%                                     | 640 milhões                        |
| Carnes Refrigeradas                            | Carnes, Peixes & Ovos            | 18 de 19                                 | 7%                                     | 2.0 bilhões                        |
| Bolos / Doces Não-Perecíveis                   | Sobremesas, Bolos & Doces        | 18 de 20                                 | 6%                                     | 259 milhões                        |
| Peixes / Frutos do Mar Refrigerados            | Carnes, Peixes & Ovos            | 8 de 8                                   | 6%                                     | 157 milhões                        |
| Pizzas Congeladas                              | Refeições Prontas                | 26 de 29                                 | 6%                                     | 323 milhões                        |
| Sopas / Caldos Refrigerados                    | Refeições Prontas                | 10 de 11                                 | 6%                                     | 25 milhões                         |
| Água Mineral                                   | Bebidas Não-Alcoólicas           | 42 de 53                                 | 6%                                     | 920 milhões                        |
| Frutas/Castanhas Não-Perecíveis <sup>NT1</sup> | Frutas & Verduras                | 20 de 26                                 | 6%                                     | 389 milhões                        |
| Biscoitos Tipo Torrada <sup>NT2</sup>          | Doces, Biscoitos & Lanches Doces | 7 de 11                                  | 6%                                     | 56 milhões                         |

■ Categorias identificadas como tendo o mais rápido crescimento nos estudos de 2002 e 2004

<sup>NT1</sup> Não Perecíveis  
<sup>NT2</sup> Toaster Pastries



Relatório Executivo de Notícias, ACNielsen Global Services  
Dezembro de 2004

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



Dentre as 89 categorias analisadas, sete categorias apresentaram um forte crescimento de dois dígitos em 2004 em comparação a 2003.

A categoria de **Bebidas à Base de Soja** ultrapassou todas as outras, expandindo mais de +30% no total, com um aumento superior a +10% nas quatro regiões onde foi mensurada – Ásia-Pacífico, Europa, América Latina e América do Norte. Os dois países com o maior valor de vendas para esta categoria, Japão e EUA, apresentaram crescimento de dois dígitos, com aumentos significativos nas vendas: +71% no Japão e +17% nos Estados Unidos.

**logurtes Líquidos**, uma categoria irmã de **Bebidas à Base de Soja**, foi a segunda categoria com mais rápido crescimento identificada no estudo deste ano, expandindo +19%. É importante observar que em nosso estudo publicado em 2002, estas categorias estavam consolidadas e também figuraram entre as categorias reportadas de mais rápido crescimento, com um crescimento de +12%.

Além destas sete categorias com crescimento de dois dígitos, outras 17 categorias apresentaram crescimento significativo em comparação à média de +4%. Cada uma destas 17 categorias apresentou crescimento em valor de vendas igual ou superior a +6%.

A tabela acima evidencia que as categorias de mais rápido crescimento (aquelas com crescimento igual ou superior a +6%) estão agrupadas dentro de determinadas cestas de produtos. Seis destas categorias estão na cesta de **Bebidas Não-Alcoólicas**, quatro na cesta de **Carnes, Peixes & Ovos**, quatro na cesta de **Frutas & Verduras** e três na cesta de **Refeições Prontas**.

Curiosamente, as cestas de **Alimentos Infantis**, **Bebidas Alcoólicas**, **Laticínios** e **Carboidratos Sem Açúcar** não incluem categoria alguma expandindo segundo esta taxa. Todas as categorias nestas cestas expandiram menos de +6%, enquanto algumas chegam a apresentar declínios no último ano.

### Em Comparação a 2002

É importante observar que oito categorias aparecem em ambos os estudos (2002 e 2004) como categorias de 'crescimento quente'.

Conforme anteriormente mencionado, as categorias de **Bebidas à Base de Soja** e de **logurtes Líquidos** foram identificadas em nosso trabalho anterior como uma categoria consolidada em crescimento. A única outra categoria que apresentou crescimento de dois dígitos em ambos os estudos foi a de **Refeições Completas Refrigeradas**. Esta categoria expandiu +13% em 2002 e +10% em 2004.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



Apesar de não estarem mais apresentando crescimento de dois dígitos, cinco outras categorias continuam apresentando forte crescimento em ambos os estudos. Tais categorias são: **Frutas Congeladas**, **Molhos Para Salada Refrigerados** (anteriormente incluídas na categoria de **Molhos/Molhos Cremosos Refrigerados**), **Saladas Prontas Frescas**, **Carnes Congeladas** e a categoria de **Água Mineral**. **Água Mineral**, por exemplo, apesar de apresentar um crescimento global de +6%, reduziu a taxa de crescimento de +13% observada no estudo publicado em 2002.

Porém agora é pergunta é . . . o que está ausente do estudo deste ano? Qual categoria havia sido identificada em 2002 como apresentando 'crescimento quente' porém não mais tem um forte crescimento?

A exclusão mais marcante do estudo deste ano é a categoria de **Misturas Alcoólicas Prontas**. Identificada como a categoria com mais rápido crescimento em 2002, +33%, agora expandiu apenas +2% em 2004. **Peixes/Frutos do Mar Congelados** também caiu da lista, expandindo apenas +4% em 2004 em comparação aos +10% de nosso estudo publicado em 2002.

Entretanto, diversas novas categorias entram em substituição, particularmente **Ovos**, **Cereal/Musli/Barra de Cereais**, **Bebidas Isotônicas/Energéticas** e **Edulcorantes**.

- A categoria de **Ovos** expandiu +6% in 2002 em comparação ao crescimento de +16% em 2004
- A categoria de **Cereal/Musli/Barra de Cereais** expandiu +9% em 2002 em comparação ao crescimento atual de +14%
- A categoria de **Bebidas Isotônicas/Energéticas** expandiu +6% em 2002 em comparação ao crescimento atual de +10%
- A categoria de **Edulcorantes**, uma nova categoria neste estudo, expandiu +10% em 2004

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



## PRINCIPAIS TENDÊNCIAS

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



## Principais Tendências em Alimentos & Bebidas

Agora perguntamos . . . o que está impulsionando o crescimento destas 24 categorias?

- Por que a taxa de crescimento da categoria **Ovos** aumentou 10 pontos percentuais?
- Por que a categoria de **Bebidas à Base de Soja** tem o mais rápido crescimento?
- Por que algumas cestas de produtos contêm mais categorias em crescimento do que outras?
- Por que algumas cestas de produtos apresentam crescimento mínimo em todas as suas categorias?

Com base na análise destes 59 países, a ACNielsen identificou três principais tendências que parecem ter impulsionado o crescimento das categorias de Alimentos & Bebidas nos últimos 12 meses:

- O Enfoque Contínuo na Saúde
- A Necessidade de Praticidade
- O Crescente Impacto das Marcas Próprias

Curiosamente, apesar destas tendências terem sido identificadas como as causadoras do recente crescimento de categorias de Alimentos & Bebidas, também foram identificadas anteriormente este ano como também tendo um impacto significativo para o crescimento de categorias de Higiene & Beleza.

O que fica evidente em ambos os estudos é que os consumidores são coerentes nas mensagens que enviam tanto para fabricantes quanto para varejistas. Eles estão procurando produtos que sejam saudáveis, práticos e ofereçam uma boa relação custo/benefício.

### **Tendência: Enfoque do Consumidor em Saudabilidade e Dieta Impulsiona Crescimento**

Das sete categorias apresentando crescimento de dois dígitos no último ano, seis estão relacionadas à percepção de saudabilidade ou dieta pelo consumidor. Além disto, das 17 outras categorias em expansão (com taxas de crescimento entre +6% e +9%), 12 também estão relacionadas a hábitos alimentares saudáveis.

O enfoque do consumidor na saúde é um tema recorrente em ambos os estudos 'Os Produtos Mais Quentes'. No estudo publicado em 2002 sobre Alimentos & Bebidas, identificamos cinco categorias que expandiram devido a preocupações

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



relacionadas à saúde e segurança. **Carnes/Aves Congeladas, Água Mineral, iogurtes Líquidos e Outras Bebidas à Base de Leite, Saladas Prontas Frescas e Frutas Congeladas**, todas foram categorias que apresentaram crescimento de dois dígitos entre 2000 e 2001.

No estudo 'Categorias Quentes de Higiene & Beleza', publicado em 2004, constatamos algo similar. Por exemplo, preocupações relacionadas à saúde tais como higiene pessoal e prevenção de doenças impulsionaram as vendas de categorias de Higienização e Sanitização das Mãos, enquanto o enfoque em bronzearmento seguro impulsionou o crescimento de categorias de Proteção Solar.

As categorias de Alimentos & Bebidas identificadas este ano podem ser aglomeradas em três grupos principais:

1. Produtos oferecendo benefícios perceptíveis para a saúde, freqüentemente relacionados a uma dieta ou regime alimentar específicos;
2. Produtos aceitos como fundamentais para a saúde; e,
3. Produtos oferecendo alternativas 'saudáveis'.

### 1. Opções Para uma Dieta Saudável

Dependendo do regime ou dieta alimentar contemplado, determinados grupos de alimentos são considerados saudáveis de uma maneira geral, enquanto outros alimentos devem ser evitados. Uma das tendências mais populares dos últimos anos em alguns dos países mais desenvolvidos do mundo têm sido dietas ricas em proteínas e com poucos carboidratos. *Atkins* e *South Beach* são apenas dois exemplos de dietas com ênfase neste regime alimentar (em diferentes intensidades).

Os resultados deste estudo refletem esta tendência. A cesta de **Carnes, Peixes & Ovos**, contendo diversos dos alimentos recomendados, por sua riqueza protéica e poucos carboidratos, obteve a mais rápida taxa de crescimento geral, +6%. (Como discutido anteriormente, a categoria **Ovos** expandiu +16% em 2004.) Por outro lado, a cesta que inclui as categorias de pães, massas e cereais (**Carboidratos Sem Açúcar**), apresentou a mais baixa taxa de crescimento entre 2003 e 2004, +3%. Todas as categorias nesta cesta obtiveram crescimentos de +4% ou menos.

Outra tendência relacionada à saúde identificada no estudo deste ano veio do Japão. Produtos à base de cacau (inclusive **Bebidas à Base de Cacau/Chocolate/Malte**) estão atualmente sendo promovidas no Japão como saudáveis devido a seu conteúdo antioxidante (polifenol). Como resultado, a categoria apresentou uma taxa de crescimento de +14% no Japão em 2004, que contribuiu para o crescimento global de +8% da categoria.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### 2. Produtos Fundamentais à Saúde

**Frutas & Verduras** são consideradas como um grupo de alimentos saudável por muitas pessoas. No estudo deste ano, quatro categorias nesta cesta de produtos apresentaram crescimento entre +6% e +9%.

- **Frutas Congeladas**, a categoria com mais rápido crescimento na cesta, apresentou crescimento em todos os 14 países onde foi mensurada, levando ao crescimento global de +9% no último ano.
- A categoria de **Saladas Prontas Frescas** expandiu +8%
- A categoria de **Vegetais Frescos** expandiu +7%
- A categoria de **Frutas & Castanhas Não-Perecíveis** expandiu +6%

Diversos outros produtos fundamentais à saúde também apresentaram rápido crescimento. A categoria de **Água Mineral**, agora um fundamento largamente aceito para uma dieta saudável, apresentou crescimento em quase 80% dos países mensurados, e seu valor de vendas global teve um aumento de +6% desde o ano anterior. A categoria de **Molhos Para Salada Refrigerados** também expandiu +9%.

### 3. Alternativas 'Saudáveis'

Além disto, percebe-se um maior crescimento em diversas categorias e produtos que consumidores percebem como sendo uma opção saudável ou em substituição a outros produtos. Isto fica particularmente evidente na cesta de **Ingredientes Culinários Básicos**. As duas categorias que apresentaram o mais rápido crescimento nesta cesta são **Edulcorantes** e **Óleos Alimentares**. Com o aumento da popularidade de dietas de baixo carboidrato e a incidência de diabetes continuando a aumentar em diversos mercados desenvolvidos, a categoria de **Edulcorantes** sofreu um impacto positivo, crescendo +10% entre 2003 e 2004. A categoria de **Óleos Alimentares** também apresentou crescimento, com diversos países reportando a migração de consumidores para óleos 'mais saudáveis' (por exemplo, azeite de oliva). Devido ao preço mais alto de algumas destas alternativas, a categoria de **Óleos Alimentares** expandiu +7% no último ano.

Na cesta de **Confeitos & Salgadinhos**, a categoria com mais rápido crescimento foi uma daquelas com a imagem mais saudável: **Cereal/Musli/Barra de Cereais**. Esta alternativa de lanche 'saudável' cresceu em 26 dos 30 países mensurados, levando a um crescimento global de +14% em seu valor de vendas. Da mesma forma, na cesta de **Bebidas Não-Alcoólicas**, as categorias com mais rápido crescimento são as alternativas de bebidas 'saudáveis', **Bebidas à Base de Soja** e **logurtes Líquidos**. Estas categorias expandiram +31% e +19%, respectivamente.

Outra **Bebida Não-Alcoólica** que apresentou +10% de crescimento em valor de vendas foi a categoria de **Bebidas Isotônicas/Energéticas**. Além de ser um

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



complemento a um estilo de vida mais saudável, o crescimento nesta categoria também foi estimulado pelo lançamento de versões 'mais saudáveis', por exemplo, produtos sem adição de açúcar e produtos contendo suplementos adicionais, tais como aminoácidos.

### Outras Tendências de Saudabilidade Locais Que Devem Ser Mencionadas

Apesar de não serem tendências globais, vale a pena mencionar diversas outras categorias que apresentaram crescimentos localizados. Por exemplo, o mercado espanhol de **Cervejas** foi impulsionado pelo crescimento considerável da considerada 'mais saudável' cerveja sem álcool. Em Taiwan, há um forte aumento no consumo geral de vinhos devido à promoção dos benefícios do vinho tinto para a saúde. Na Grécia, a categoria de **Manteiga/Margarina** apresentou forte crescimento devido ao lançamento de produtos com menos colesterol na cesta.

Por outro lado, algumas categorias foram afetadas negativamente em determinados países devido a preocupações relacionadas à saúde. Na Suíça, houve um aumento de preço brutal na categoria de **Misturas Alcoólicas Prontas** visando a prevenção do alcoolismo, levando a uma séria redução nas vendas. Na Nigéria, diversos consumidores pararam de consumir **Dilúveis & Concentrados** devido à preocupação com a pureza da água.

### Tendência: A Necessidade de Praticidade do Consumidor

Com o ritmo de vida cada vez mais rápido, consumidores estão procurando por mais praticidade. Conforme observado no último estudo 'Os Produtos Mais Quentes', tal busca por praticidade não afeta apenas os produtos alimentares e bebidas comprados, mas também atinge a cesta de higiene pessoal. O crescimento de produtos tais como **Trocadores Descartáveis** e **Lenços** (em diversas categorias: desde limpeza facial à removedores de esmalte) foi impulsionado pela praticidade adicional que trazem às vidas dos consumidores.

No último ano, três categorias na cesta de produtos **Refeições Prontas** apresentaram crescimento superior a +5%. A categoria de **Refeições Completas Refrigeradas** cresceu em cada um dos 15 países onde foi mensurada. O crescimento global desta categoria foi de +10% desde o ano anterior. Tais refeições, que requerem pouca preparação além de aquecimento, oferecem ao consumidor uma das mais fáceis alternativas de refeição disponíveis. As outras duas categorias que apresentaram forte crescimento nesta cesta foram **Pizzas Congeladas** e **Sopas/Caldos Refrigerados**, crescendo +6%.

## Os Produtos Mais Quentes do Mundo

### Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



Outra categoria que oferece facilidade similar de preparo é a de **Biscoitos Tipo Torrada<sup>NT1</sup>**. Incluído na cesta de **Doces, Biscoitos & Lanches Doces**, este alimento matinal não é apenas de rápido preparo, mas também oferece ao consumidor a possibilidade de comer 'sem precisar parar'. A categoria de **Biscoitos Tipo Torrada** expandiu +6% entre 2003 e 2004.

A combinação de maior praticidade com o enfoque em saudabilidade causou um dos maiores crescimentos observados no último ano. Categorias tais como **Cereal/Musli/Barra de Cereais** e **Saladas Prontas Frescas**, expandindo +14% e +8%, respectivamente, satisfazem as necessidades do consumidor nestas duas dimensões. A grande portabilidade oferecida por opções de bebidas 'saudáveis' também levou ao forte crescimento desta cesta. **Bebidas à Base de Soja, Iogurtes Líquidos, Bebidas Isotônicas/Energéticas, Bebidas Não-Gasosas Prontas e Água Mineral**, agora todas disponíveis em práticas embalagens individuais, apresentaram crescimento acima de +5% no estudo deste ano.

### Tendência: Produtos de Marcas Próprias Impulsionam Crescimento

O crescimento de Marcas Próprias em todo o mundo já foi bem documentado. O Relatório Executivo de Notícias da ACNielsen publicado em 2003, 'A Força da Marca Própria' reportou o crescimento global médio de produtos de Marcas Próprias como sendo +4% durante o ano, variando de +48% nos Mercados Emergentes a 0% na América do Norte. O estudo também reportou que as atividades de Marcas Próprias estavam particularmente fortes na cesta de Alimentos & Bebidas. As constatações do estudo 'Os Produtos Mais Quentes' atual não são diferentes. Diversos países reportam que produtos de Marcas Próprias impulsionaram o crescimento de determinadas categorias em seus mercados locais.

As experiências locais variaram bastante de acordo com o nível atual de desenvolvimento de Marcas Próprias em cada país. Em mercados de Marcas Próprias mais desenvolvidos, tais como o Reino Unido (onde a participação de Marcas Próprias atinge 31%), a promoção de novos produtos de Marcas Próprias impulsiona o crescimento de determinadas categorias. Por exemplo, o Reino Unido indicou que parte do crescimento da categoria de **Bebidas Isotônicas/Energéticas** (+19%) deve-se à mais intensa atividade de Marcas Próprias. Até mesmo países com mercados de Marcas Próprias menos desenvolvidos, tais como o Chile (com uma participação de apenas 2%), também registram o ingresso de produtos de Marcas Próprias em novas categorias. Chile associa o crescimento da categoria de **Salgadinhos/Batatas Fritas** (+11%) ao lançamento de produtos de Marcas Próprias – reduzindo os preços e, portanto, aumentando as vendas.

<sup>NT1</sup> Toaster Pastries

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Uma Tendência Adicional: Influências Externas Sobre o Crescimento

Apesar de não haver fatores externos comuns influenciando o crescimento em todos os países, há diversos fatores externos em mercados locais que influenciam o crescimento ou declínio de categorias específicas.

Por exemplo, diversos países indicaram que mudanças em regulamentações oficiais nos últimos anos, particularmente envolvendo a venda de **Bebidas Alcoólicas**, exerceram impactos tanto positivos quanto negativos sobre o crescimento. Conforme mencionado anteriormente, o mercado de **Misturas Alcoólicas Preparadas** diminuiu na Suíça em 2004 devido a enormes aumentos de preço destinados à prevenção do alcoolismo. Esta tendência também foi observada na Alemanha onde, no último ano, impostos mais altos foram taxados a estas bebidas em particular. No extremo oposto, apenas recentemente o ingresso de **Misturas Alcoólicas Prontas** foi permitido no mercado francês e, portanto, houve um enorme crescimento no último ano no país. Regulamentações oficiais também afetaram o mercado chileno de **Bebidas de Alto Teor Alcoólico** (um ajuste de impostos permite que produtos importados concorram mais eficazmente) e o mercado turco de **Vinhos** (privatizações impulsionaram a entrada de novos produtos). Além disto, uma proibição de importação de sucos na Nigéria provocou um aumento de preços na categoria de **Sucos** e, portanto, um aumento considerável nas vendas em valor, durante o último ano.

Como este estudo se baseia no valor das vendas e não em seu volume, o crescimento mensurado é uma combinação de alterações às vendas reais assim como ao preço. Nos países apresentando altas taxas de inflação no último ano – particularmente alguns dos países nos Mercados Emergentes – os números do crescimento foram afetados mais seriamente por aumentos de preço locais. O Vietnã também indicou que o aumento de preço de produtos de diversos fabricantes também afetou as taxas de crescimento para determinadas categorias. Por um outro lado, alguns países – por exemplo, Cazaquistão – reportaram que uma melhora em sua economia local e renda *per capita* ofereceu aos consumidores a possibilidade de comprar e consumir maiores quantidades de determinadas categorias (por exemplo, **Cerveja, Café e Bebidas Gasosas**).

De maneira geral, ao se analisar o crescimento de categorias nos países, é fundamental que fatores externos tais como regulamentações oficiais, crescimento econômico e fatores ambientais (inclusive o clima) sejam levados em consideração, pois podem freqüentemente ter impactos significativos sobre o crescimento.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



**MAIORES CRESCIMENTOS  
ABSOLUTOS**

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Cerveja Apresentou o Maior Crescimento Global em Vendas Absolutas nos Estudos de 2002 e 2004

Nas páginas anteriores, enfocamos na análise das categorias apresentando o mais rápido crescimento ao redor do mundo (segundo a ordenação das taxas de crescimento de valores de vendas). Como poderia ser esperado, muitas das categorias que apresentaram o mais rápido crescimento foram categorias menores, para as quais as taxas de crescimento foram calculadas a partir de bases menores. Para obtermos uma perspectiva um pouco diferente, identificamos abaixo as categorias que, de forma acumulada, apresentaram crescimentos absolutos acima de um bilhão de euros em valor de vendas (2004 em comparação a 2003) nos países mensurados.

Assim como no estudo publicado em 2002, a categoria de **Cerveja/Chope** novamente apresentou o maior crescimento em valor de vendas no último ano. O valor de vendas geral acumulado para esta categoria atingiu €70,8 bilhões nos 49 países mensurados. Quando comparado a 2003, este é um aumento de mais de €3,1 bilhões em vendas.

| Categorias com Crescimento Superior a Um Bilhão de Euros | Cesta de Produtos                | No. de Mercados em Expansão / Analisados | Taxa de Crescimento da Categoria 03-04 | Incremento de Valor da Categoria € |
|--|----------------------------------|--|--|------------------------------------|
| Cerveja / Chope  | Bebidas Alcoólicas               | 40 de 49                                 | 5%                                     | 3,1 bilhões                        |
| Carnes Refrigeradas                                      | Carnes, Peixes & Ovos            | 18 de 19                                 | 7%                                     | 2,0 bilhões                        |
| Bebidas Não-Gasosas Prontas                              | Bebidas Não-Alcoólicas           | 46 de 55                                 | 8%                                     | 1,9 bilhões                        |
| Queijos  | Laticínios                       | 42 de 46                                 | 5%                                     | 1,6 bilhões                        |
| Bebidas Gasosas  | Bebidas Não-Alcoólicas           | 30 de 55                                 | 3%                                     | 1,5 bilhões                        |
| Chocolate  | Doces, Biscoitos & Lanches Doces | 45 de 54                                 | 5%                                     | 1,2 bilhões                        |
| Laticínios / Leite / Creme de Leite Refrigerados         | Laticínios                       | 26 de 41                                 | 4%                                     | 1,1 bilhões                        |

Apenas duas categorias figuram tanto na lista das categorias com mais rápido crescimento quanto na lista das categorias de maior crescimento: **Carnes Refrigeradas** e **Bebidas Não-Gasosas Prontas**.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



**CRESCIMENTO REGIONAL**

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



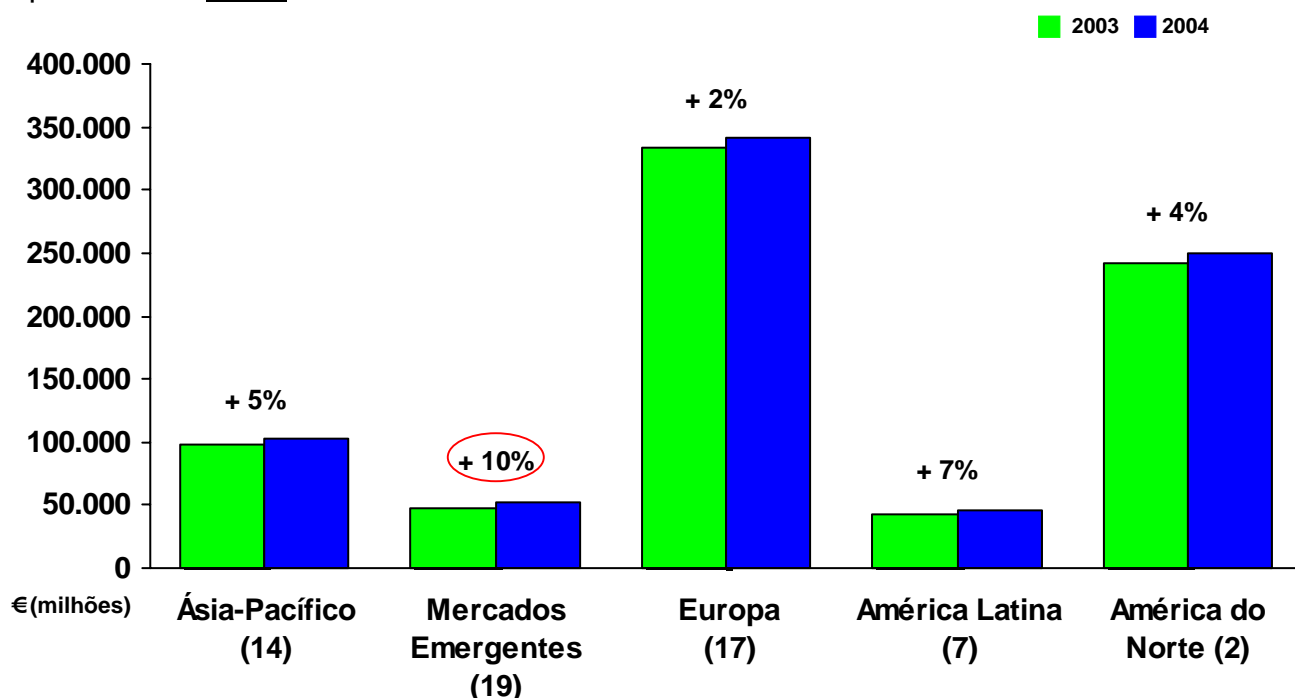
## Crescimento Regional

### Crescimento Geral Com Variações nas Regiões

- **Mercados Emergentes no Topo da Lista**
- **A Europa Apresentou o Mais Lento Crescimento**

As tendências gerais de crescimento regional de Alimentos & Bebidas foram analisadas acumulando-se os resultados em cinco totais regionais. As menores regiões compostas pelos Mercados Emergentes e pela América Latina apresentaram o mais rápido crescimento. A região dos Mercados Emergentes foi, de fato, a única região a apresentar crescimento de dois dígitos no último ano.

**Cacau/Chocolate/Bebidas Maltadas** A América do Norte (incluindo os Estados Unidos e o Canadá), apesar de não ser a maior região se comparada à Europa, apresentou o maior crescimento absoluto de valor em 2004.



**Crescimento Regional em Categorias de Alimentos & Bebidas**  
(Número de países incluídos em cada região)

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004

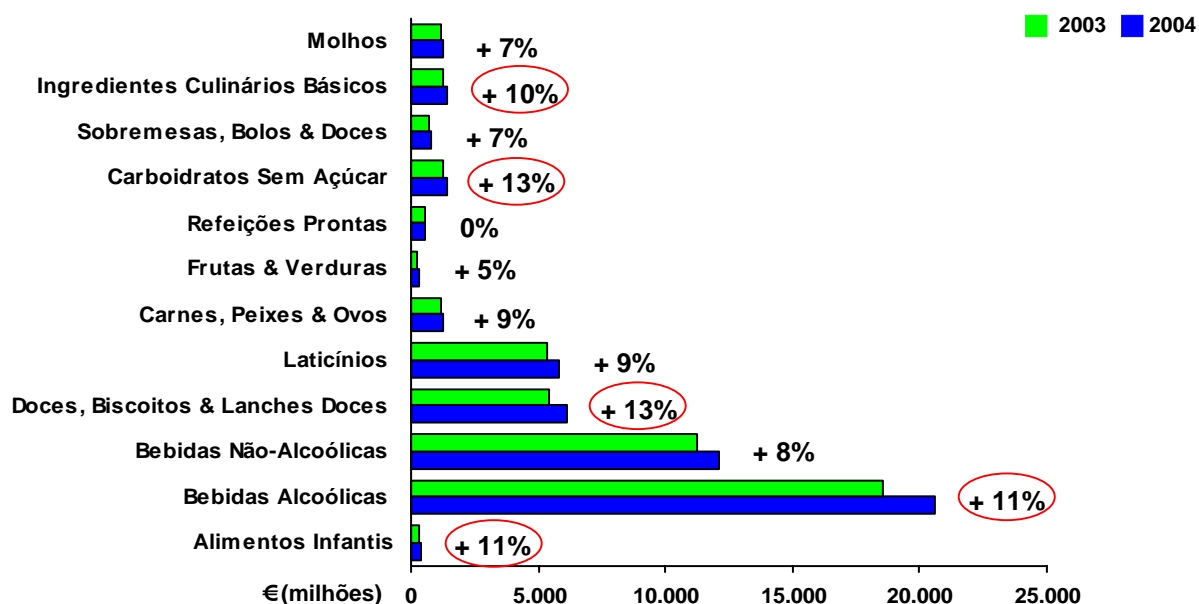


### Mercados Emergentes

- **Maior Crescimento em Alimentos & Bebidas, com +10%**
- **Cinco Cestas de Produtos Com Crescimento de Dois Dígitos**

A região dos Mercados Emergentes foi a única a apresentar crescimento de dois dígitos no último ano. Conforme anteriormente mencionado, o efeito de aumentos de preços exerceu um impacto significativo no crescimento do valor de vendas devido a condições inflacionárias, assim como algumas melhorias econômicas gerais em alguns países da região. Apesar de uma taxa de câmbio constante ter sido utilizada para a maioria dos países ao longo dos dois anos do estudo, uma taxa de câmbio variável foi utilizada para o mercado hiper-inflacionário da Romênia.

Cinco das 12 cestas de produtos nos Mercados Emergentes apresentaram crescimento de dois dígitos. As cestas de produto com mais rápido crescimento foram **Carboidratos Sem Açúcar** e **Doces, Biscoitos & Lanches Doces**, com crescimento de +13%.



### Crescimento por Cesta de Produtos nos Mercados Emergentes

Apesar de apenas oito categorias terem crescido globalmente segundo taxas de dois dígitos, nos Mercados Emergentes 34 das 89 categorias analisadas apresentaram crescimento de dois dígitos. A categoria com mais rápido crescimento foi **Cereal/Musli/Barra de Cereais**, expandindo em cinco dos seis países mensurados. A categoria de **Cereal/Musli/Barra de Cereais** expandiu +47%, respondendo por um crescimento em valor de vendas de €11.6 milhões. Tal

## Os Produtos Mais Quentes do Mundo

### Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



crescimento foi principalmente impulsionado por lançamentos de novos produtos na categoria tanto na Hungria quanto na Polônia.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

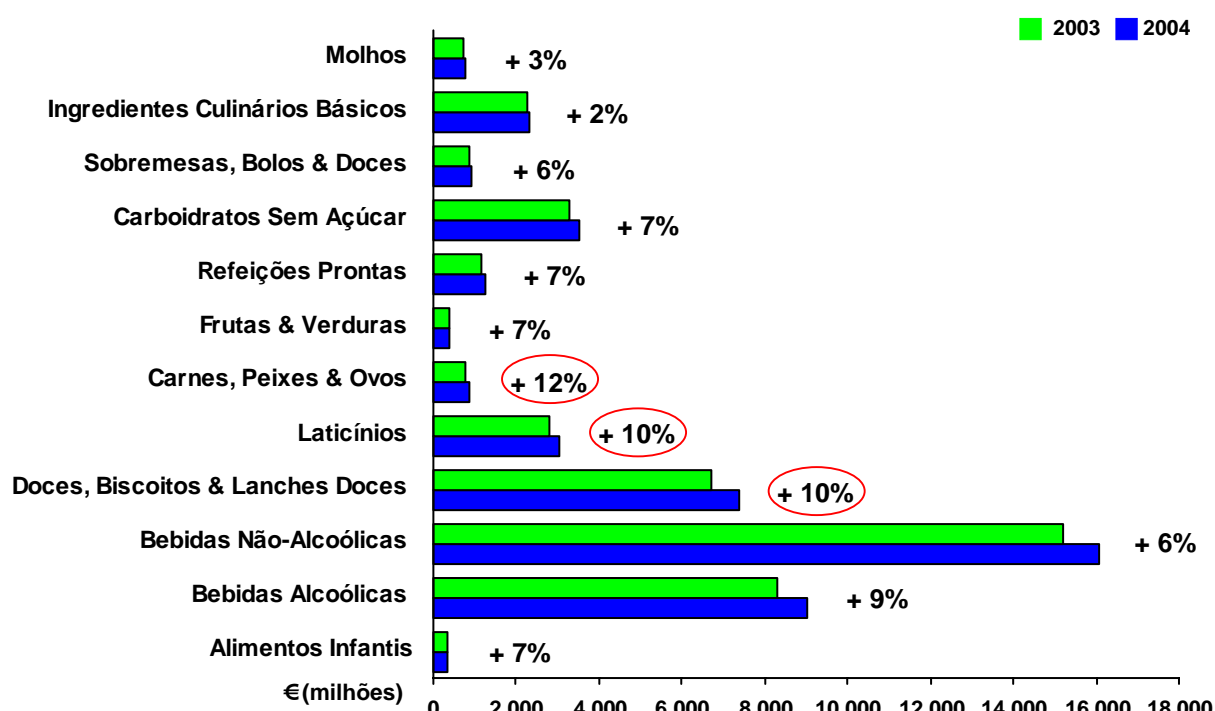
## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### América Latina

- O Mercado de Alimentos & Bebidas Expandiu +7%
- Três das 12 Cestas de Produtos Expandiram Segundo Taxas de Dois Dígitos

A cesta de produtos de mais rápido crescimento foi **Carnes, Peixes & Ovos**, com +12%, seguida por **Doces, Biscoitos & Lanches Doces** e **Laticínios**, com +10%.



### Crescimento por Cesta de Produtos na América Latina

Ao se analisar isoladamente os dados das categorias para a região, 25 das 89 categorias apresentaram crescimento de dois dígitos. Assim como nos Mercados Emergentes, a categoria com mais rápido crescimento foi **Cereal/Musli/Barra de Cereais**, expandindo em todos os quatro dos países mensurados, resultando em uma taxa de crescimento regional de +80% (a partir de uma base reduzida). O crescimento da categoria de **Cereal/Musli/Barra de Cereais** foi principalmente impulsionada pelas preferências dos consumidores no México, que estão migrando para produtos mais saudáveis e práticos. Este crescimento representa um aumento em valor de vendas de €50.1 milhões.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

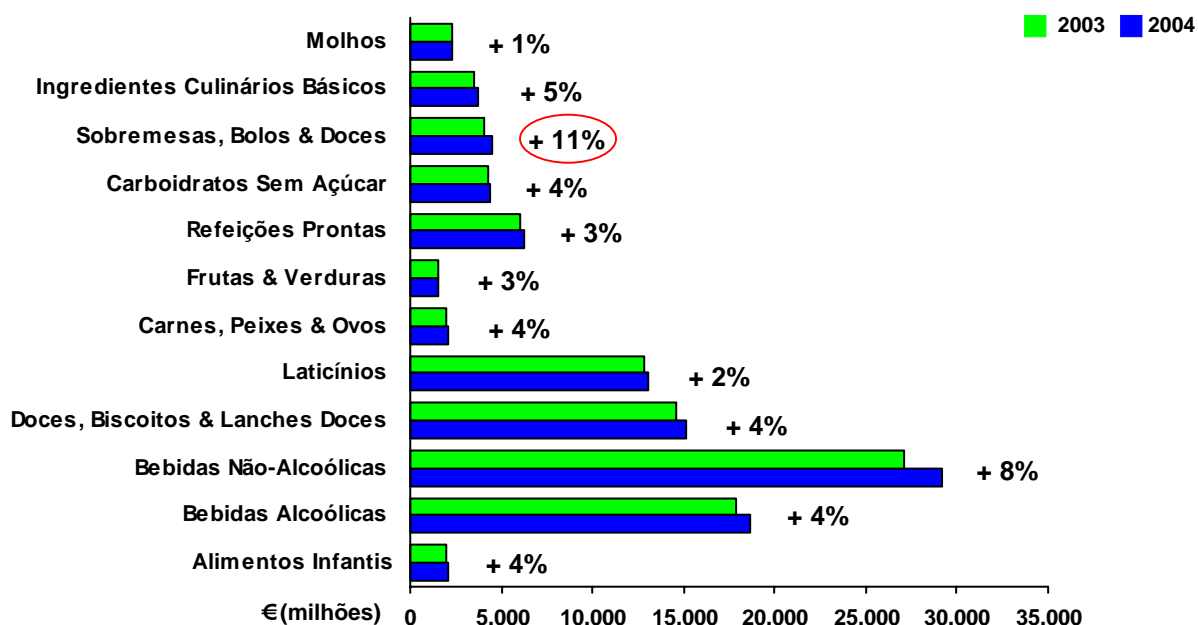
## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Ásia-Pacífico

- **No Geral, Alimentos & Bebidas Expandiram +5% na Ásia-Pacífico**
- **Crescimento Significativamente Mais Forte do Que o Observado no Estudo sobre Higiene & Beleza Publicado em 2004 (+1%)**

Contrastando com os Mercados Emergentes e a América Latina, apenas uma cesta de produtos apresentou crescimento de dois dígitos na região Ásia-Pacífico no último ano. Esta cesta de produtos, **Sobremesas, Bolos & Doces**, apresentou a mais rápida expansão na região, +11%.



### Crescimento por Cesta de Produtos na Ásia-Pacífico

Ao se analisar isoladamente os dados das categorias para a região, apenas 11 das 89 categorias apresentaram crescimento de dois dígitos. A categoria com mais rápido crescimento na região foi a de **Bebidas à Base de Soja** (+44%), expandindo em seis dos sete países mensurados. Este crescimento – atingindo €150,3 milhões – foi impulsionado principalmente pela crescente popularidade e disponibilidade destas bebidas no Japão.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

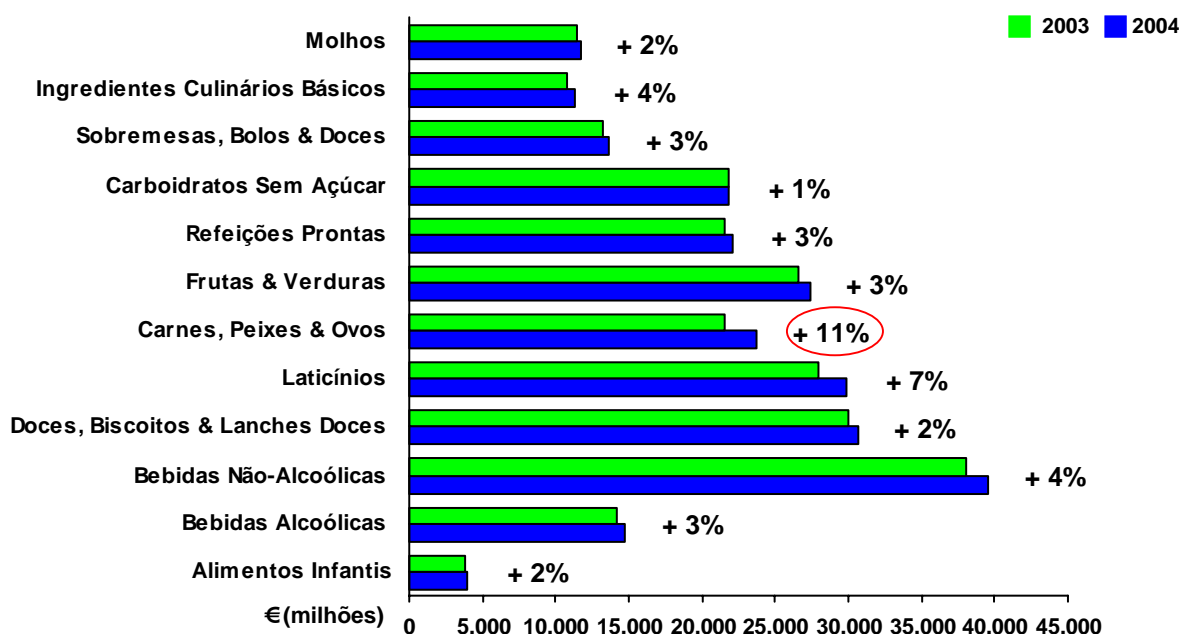
## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### América do Norte

- **Alimentos & Bebidas Apresentaram +4% Crescimento**
- **Estudo Anterior Sobre Higiene & Beleza Exibia Declínios de -1%**

Assim como na Ásia-Pacífico, uma única cesta de produtos na América do Norte apresentou crescimento de dois dígitos. Na América do Norte foi a cesta de **Carnes, Peixes & Ovos** (assim como observado nas tendências global). Esta cesta de produtos também apresentou o maior crescimento em valor de vendas da região. O crescimento de +11% apresentado pela cesta de **Carnes, Peixes & Ovos** resultou em um aumento de €2,3 bilhões em valor de vendas nos 12 meses móveis encerrados em julho de 2004. O crescimento desta cesta de produtos pode estar fortemente associada à recente popularidade de dietas alimentares ricas em proteínas e com poucos carboidratos na América do Norte.



### Crescimento por Cesta de produtos na América do Norte

Ao se analisar isoladamente os dados das categorias para a região, apenas 12 das 89 categorias apresentaram crescimento de dois dígitos. A categoria com mais rápido crescimento foi a reduzida categoria de **Sopas/Caldos Refrigerados**, com um crescimento de +85% (um aumento de €11,6 milhões em valor de vendas). Tal crescimento é um contraponto direto ao declínio de magnitude similar na categoria de **Sopas/Caldos Congelados**.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

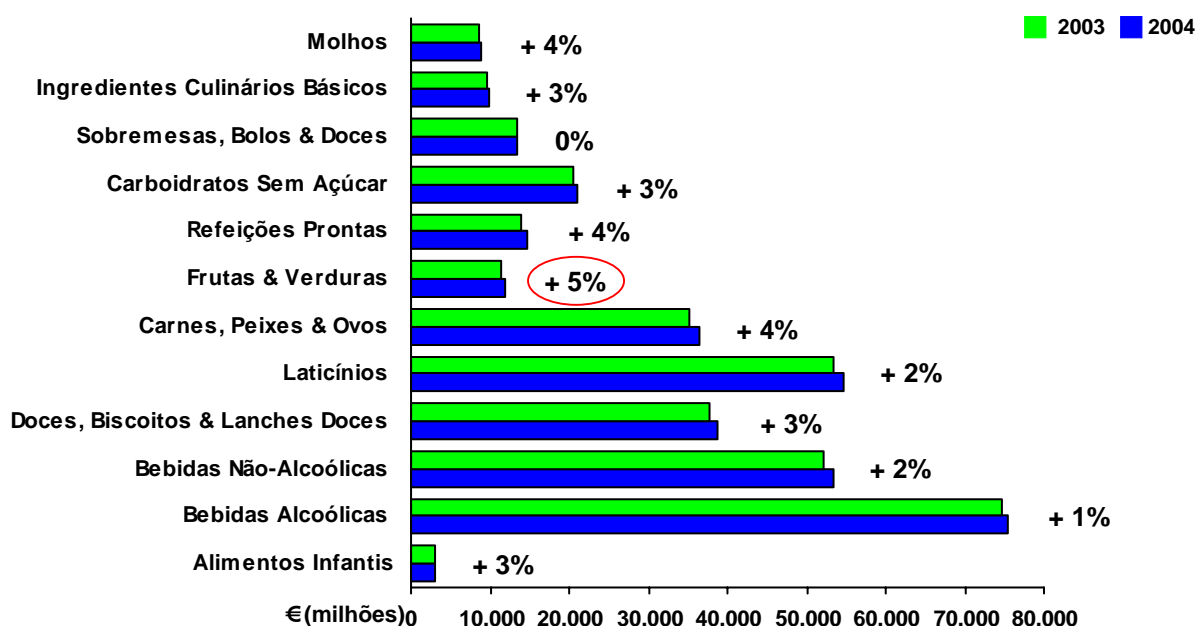
## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Europa

- O Mercado Europeu de Alimentos & Bebidas Apresentou o Mais Baixo Crescimento, de Apenas +2%
- Nenhuma das Cestas de Produtos Apresentou Crescimento de Dois Dígitos

A Europa foi a única região na qual nenhuma das 12 cestas de produtos apresentou crescimento de dois dígitos. Na verdade, todas as cestas de produtos apresentam crescimento inferior a +6% no último ano. A cesta de produtos de mais rápido crescimento foi a de **Frutas & Verduras**, com uma taxa de +5%. É importante observar que, apesar de a taxa de câmbio constante ter sido utilizada para a maioria dos países ao longo dos dois anos, uma taxa de câmbio variável foi utilizada para o mercado hiper-inflacionário da Turquia.



### Crescimento por Cesta de Produtos na Europa

Ao se analisar isoladamente os dados das categorias para a região, apenas sete das 89 categorias apresentaram crescimento de dois dígitos. Assim como na região Ásia-Pacífico, a categoria com mais rápido crescimento foi a de **Bebidas à Base de Soja** (+29%), expandindo em todos os 10 dos países mensurados. A crescente popularidade desta categoria tanto na Alemanha quanto no Reino Unido foi o principal fator impulsionando esta expansão.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



**DESTAQUES NAS CESTAS  
DE PRODUTOS**

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



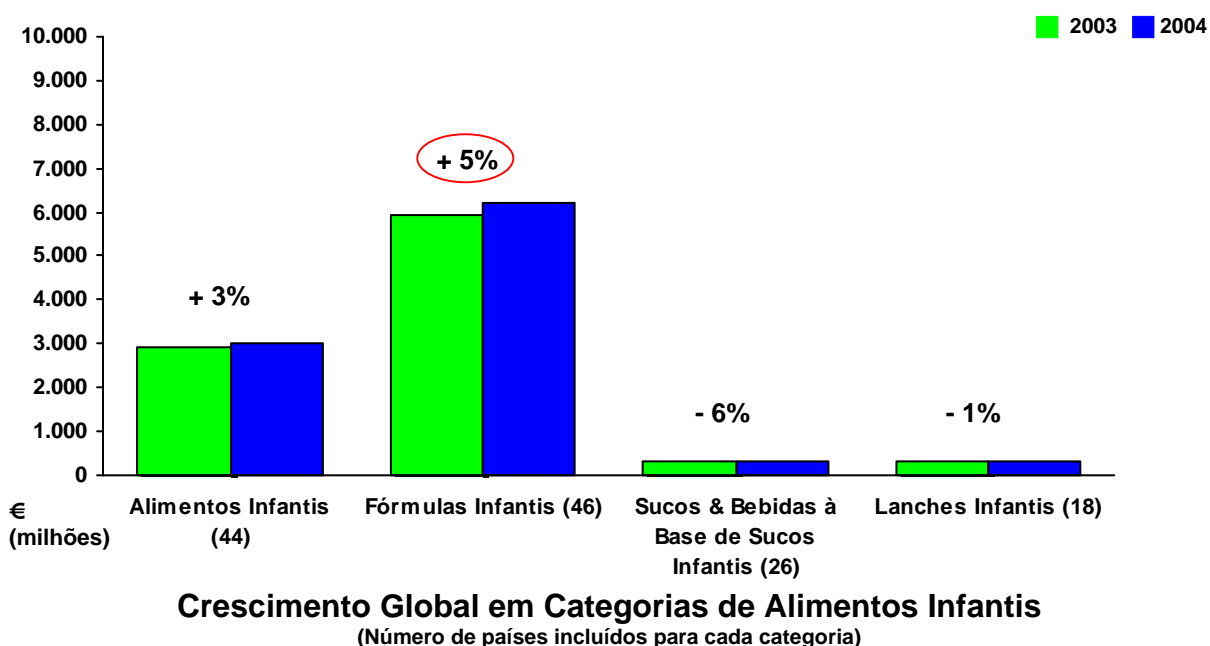
## Destaques nas Cestas de Produtos

### Alimentos Infantis

- **O Crescimento da Cesta de Alimentos Infantis Fundamenta-se no Êxito das Vendas de Fórmulas Infantis**

A cesta de **Alimentos Infantis** expandiu +4% de maneira global no último ano. As regiões apresentando o mais forte crescimento foram as menores regiões (em termos de valor de vendas) dos Mercados Emergentes (+11%) e da América Latina (+7%).

Ao se observar o crescimento individual das categorias na cesta, a categoria de **Fórmulas Infantis** apresentou tanto o mais rápido (+5%) quanto o maior crescimento (€271,4 milhões). Nos Mercados Emergentes, a categoria de **Fórmulas Infantis** expandiu +10% na medida em que consumidores adotaram esta categoria em desenvolvimento.



# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004

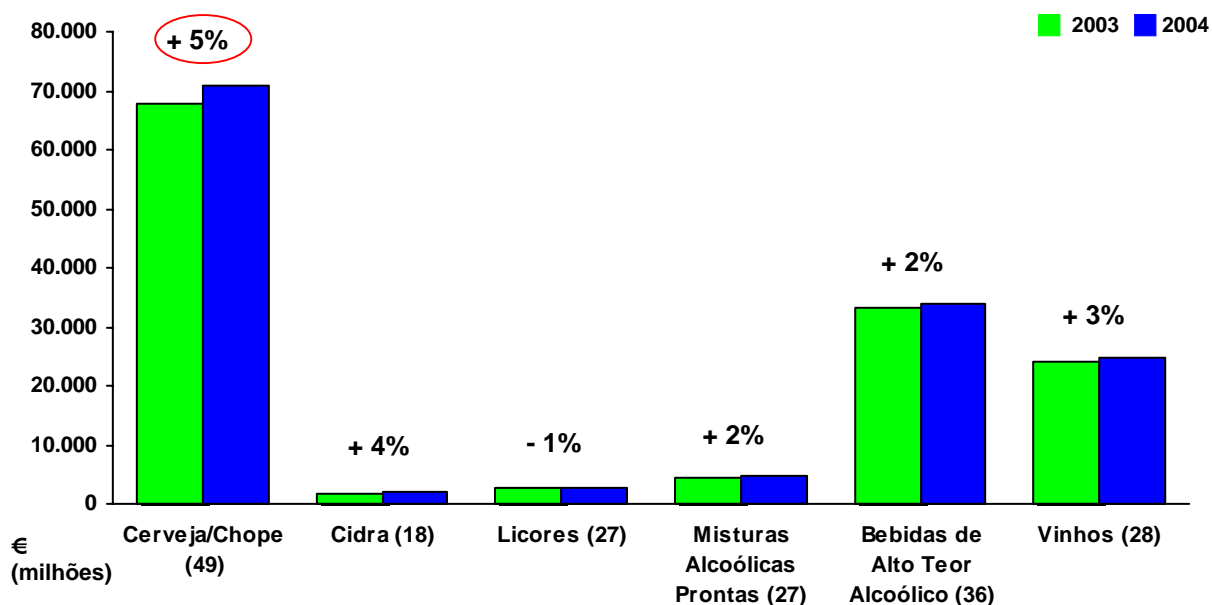


### Bebidas Alcoólicas

- **Cerveja Ainda é a Categoria Mais Significativa na Cesta de Bebidas Alcoólicas**

No geral, as vendas de **Bebidas Alcoólicas** apresentam um aumento em valor de +4% nos 12 meses móveis encerrados em julho de 2004. Tanto o mais rápido quanto o maior crescimento em valor de vendas absoluto nesta cesta de produtos foram observados nos Mercados Emergentes.

A categoria de **Cervejas** obteve o maior e mais rápido e crescimento nesta cesta de produtos. As vendas totais, mensuradas em 49 países, expandiram +5%, ou €3,1 bilhões no último ano. Este crescimento está ligado a diversos fatores. Alguns países relacionaram tal crescimento aos segmentos *premium* ou a segmentos relacionados à saudabilidade (por exemplo, cervejas sem álcool); outros países associaram o crescimento ao aumento das atividades promocionais da categoria. Diversos países indicam que a expansão deve-se tão somente à crescente popularidade de cerveja entre os consumidores.



**Crescimento Global Em Categorias de Bebidas Alcoólicas**  
(Número de países incluídos para cada categoria)

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Bebidas Não-Alcoólicas

- **Forte Crescimento em Diversas Categorias**

De maneira global, a cesta de **Bebidas Não-Alcoólicas** expandiu +5% e apresentou o maior crescimento em valor de vendas nos 12 meses móveis encerrados em julho de 2004.

A categoria de **Bebidas à Base de Soja** apresentou o mais rápido crescimento geral nesta cesta de produtos, +31%. Regionalmente, esta categoria também foi a mais rápida tanto na região Ásia-Pacífico (+44%) quanto na Europa (+29%). Apesar de não apresentar o mais rápido crescimento na América do Norte e na América Latina, a categoria também expandiu à taxas de dois dígitos nestas duas regiões (+17% e +19%, respectivamente).

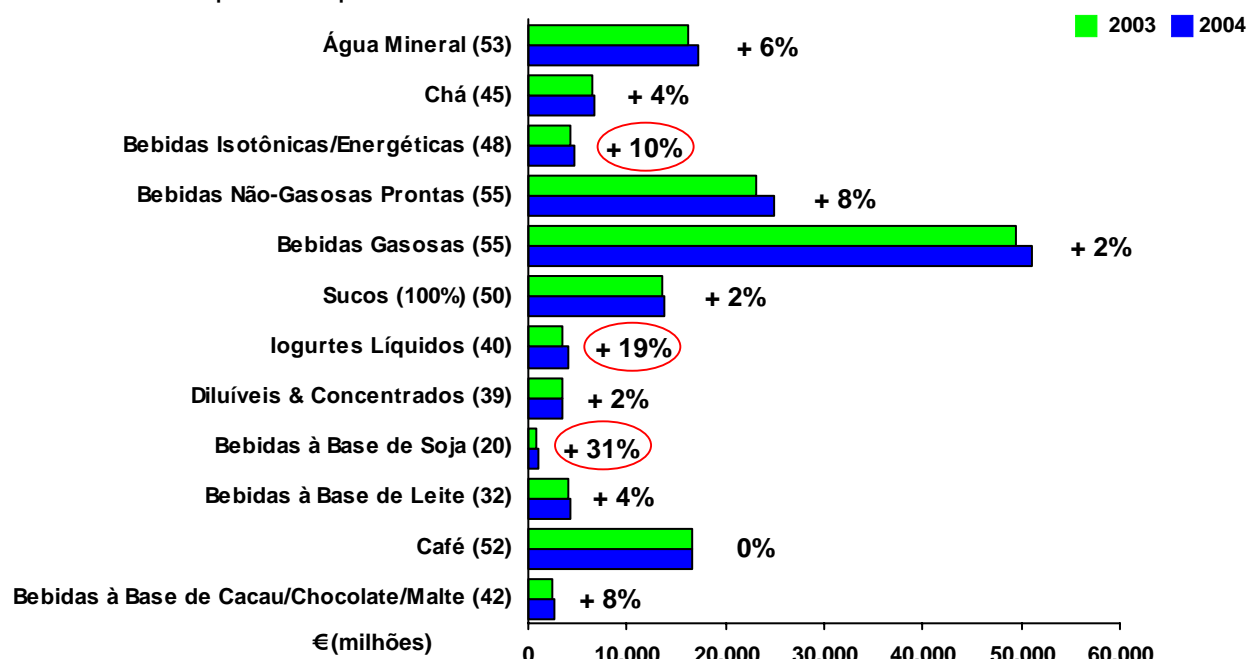
Duas outras categorias nesta cesta de produtos apresentaram crescimento de dois dígitos:

- **Iogurtes Líquidos e Bebidas Isotônicas/Energéticas**

Três categorias expandiram entre +6 e +9%:

- **Bebidas à Base de Cacau/Chocolate/Malte, Bebidas Não-Gasosas Prontas e Água Mineral**

Conforme explicado anteriormente, cada uma destas categorias apela à necessidade do consumidor de uma bebida 'saudável' e/ou que seja prática para consumir 'sem precisar parar'.



**Crescimento Global em Categorias de Bebidas Não-Alcoólicas**  
(Número de países incluídos para cada categoria)

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



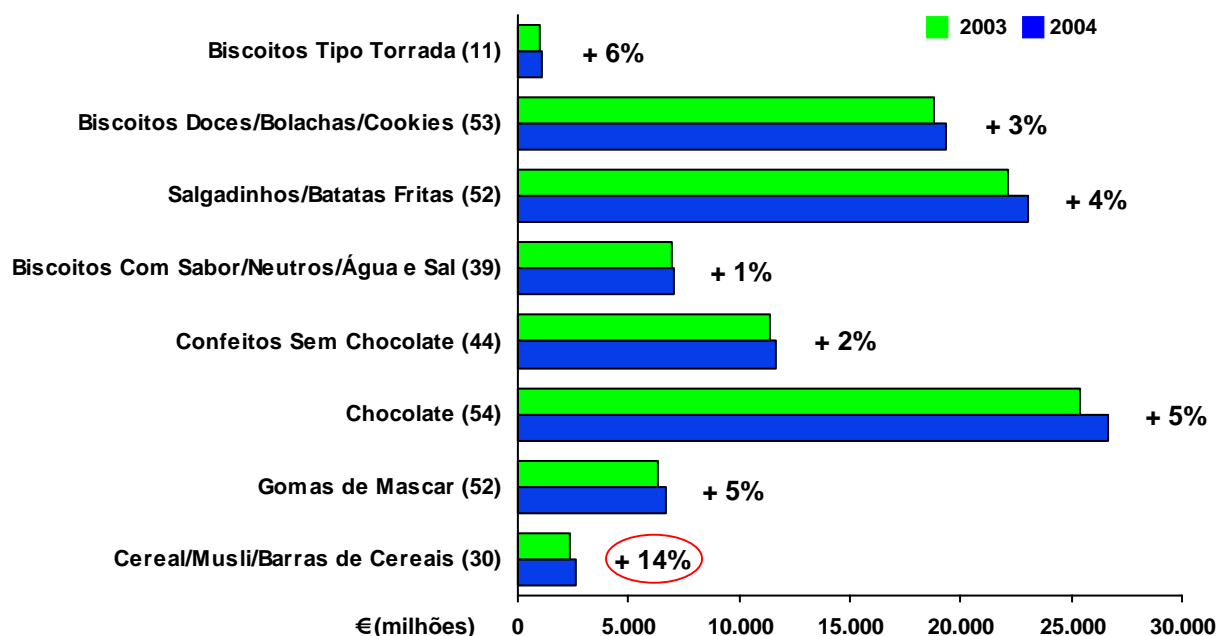
### Doces, Biscoitos & Lanches Doces

- A Cesta de Produtos Expandiu Apenas +4%
- A Categoria 'Saudável' de Cereal/Musli/Barra de Cereais Excedeu o Crescimento, com +14%

A cesta de **Doces, Biscoitos & Lanches Doces** expandiu +4% nos 12 meses móveis encerrados em julho de 2004. O mais rápido crescimento foi observado nas duas regiões com os menores valores de vendas, a América Latina e os Mercados Emergentes.

Novamente, as categorias com o mais rápido crescimento atendem à necessidade de saudabilidade ou conveniência do consumidor (ou ambas). A categoria de **Cereal/Musli/Barra de Cereais**, considerada tanto prática quanto saudável, apresentou crescimento de dois dígitos em todas as regiões. Para os 30 países mensurados, o crescimento em valor de vendas, de +14%, atingiu €313,7 milhões.

Uma outra categoria com forte crescimento na cesta de **Doces, Biscoitos & Lanches Doces** foi **Biscoitos Tipo Torrada**<sup>NT1</sup>. Estes produtos, que são uma alternativa prática de alimento matinal consumido 'sem precisar parar', apresentaram crescimento de dois dígitos nos Mercados Emergentes, na Europa e na América Latina.



**Crescimento Global em Categorias de Doces, Biscoitos & Lanches Doces**  
(Número de países incluídos para cada categoria)

<sup>NT1</sup> Toaster Pastries

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004

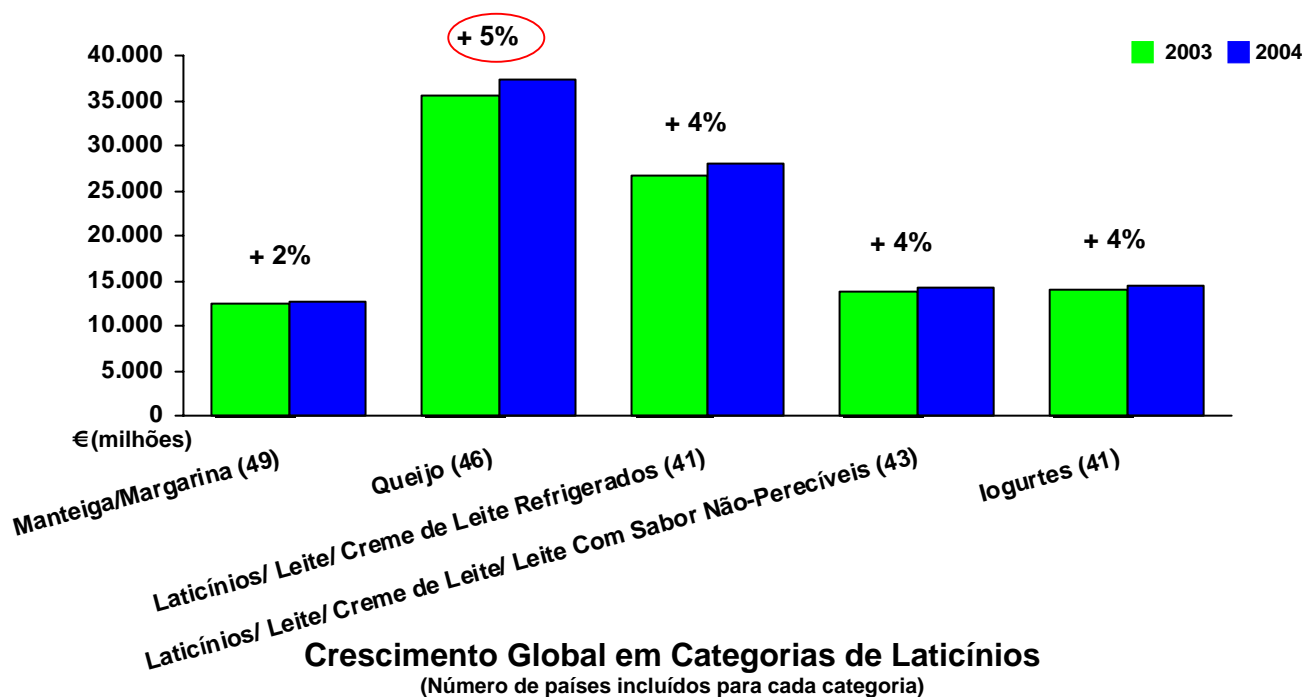


### Laticínios

- **Crescimento de Laticínios Relacionado a Dietas Populares**

De maneira geral, a cesta de **Laticínios** expandiu +4%. Entretanto, as taxas de crescimento regionais variaram significativamente, de +2% na Ásia-Pacífico e na Europa a +10% na América Latina. A América do Norte e os Mercados Emergentes expandiram +7% e +9%, respectivamente.

Como demonstrado abaixo, cada uma das categorias incluídas na cesta de **Laticínios** apresentou crescimento inferior a +6% no último ano. A categoria com o maior e mais rápido nesta cesta de produtos, **Queijos**, pode novamente estar associada a regimes alimentares específicos. Algumas das dietas ricas em proteínas e de baixo consumo de carboidratos permitem que consumidores consumam queijo à vontade. O crescimento da categoria de **Queijos**, +8%, ou €792,7 milhões na América do Norte desde 2003, fortalece esta associação.



# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004

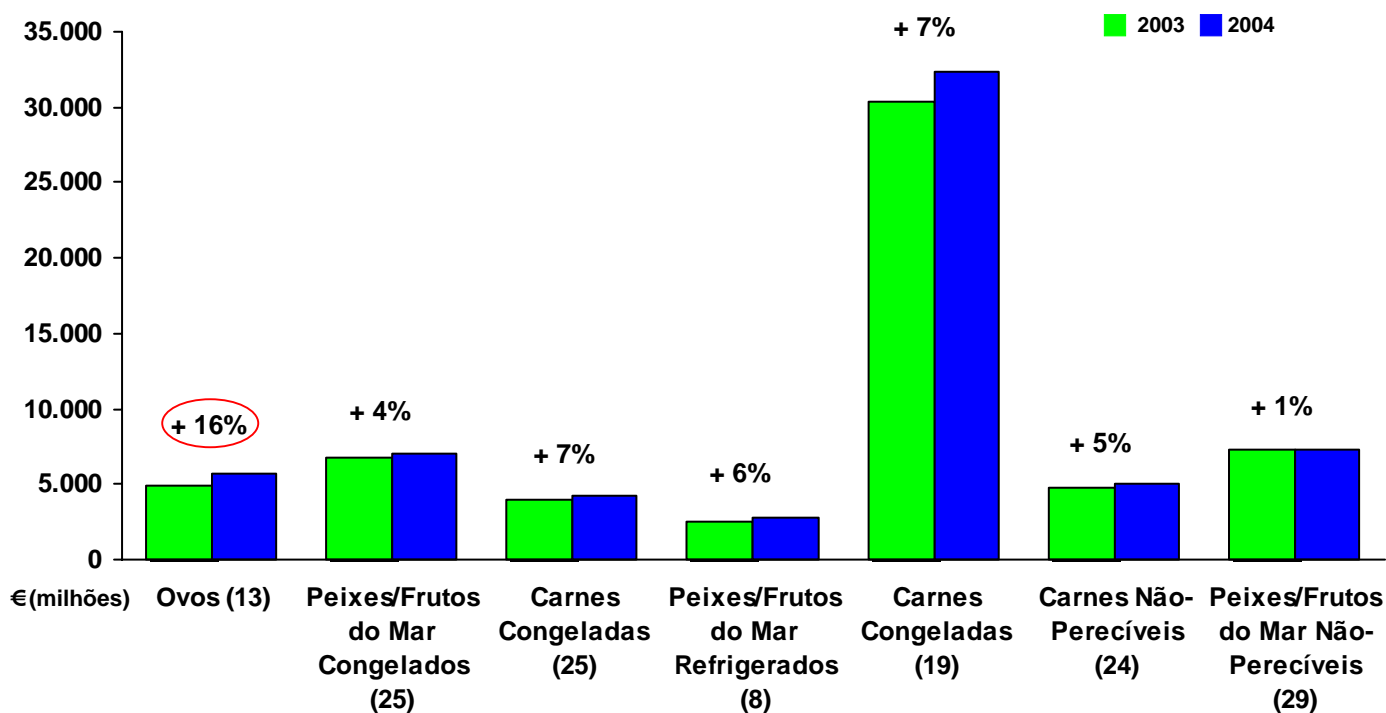


### Carnes, Peixes & Ovos

- **Tendência por Dietas Com Muita Proteína e Poucos Carboidratos Resultou em Crescimento de +6% na Cesta de Carnes, Peixes & Ovos**

Conforme explicado anteriormente, de maneira global, a cesta de **Carnes, Peixes & Ovos** apresentou o mais rápido crescimento em valor de vendas no último ano. Como observado nos resultados por região, esta cesta de produtos apresentou a mais rápida expansão na América Latina (+12%) e na América do Norte (+11%). Também houve um forte crescimento nos Mercados Emergentes (+9%), enquanto a Europa e a Ásia-Pacífico apresentaram resultados um pouco mais fracos nesta cesta de produtos, com apenas +4% de crescimento.

Diversas categorias nesta cesta, que apelam àqueles seguindo dietas de alto consumo de proteínas e poucos carboidratos, apresentaram um bom crescimento no ano. A categoria de **Ovos** apresentou o mais rápido crescimento (+16%), enquanto **Carnes Congeladas**, **Carnes Refrigeradas** e **Peixes/Frutos do Mar Refrigerados** apresentaram crescimentos entre +6% e +9%. O crescimento da categoria de **Ovos** foi particularmente impulsionado por um aumento no valor de vendas nos Estados Unidos, onde a popularidade desta dieta é especialmente grande. Nos EUA, a categoria de **Ovos** expandiu +28% no último ano.



**Crescimento Global em Categorias de Carnes, Peixes & Ovos**  
(Número de países incluídos para cada categoria)

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



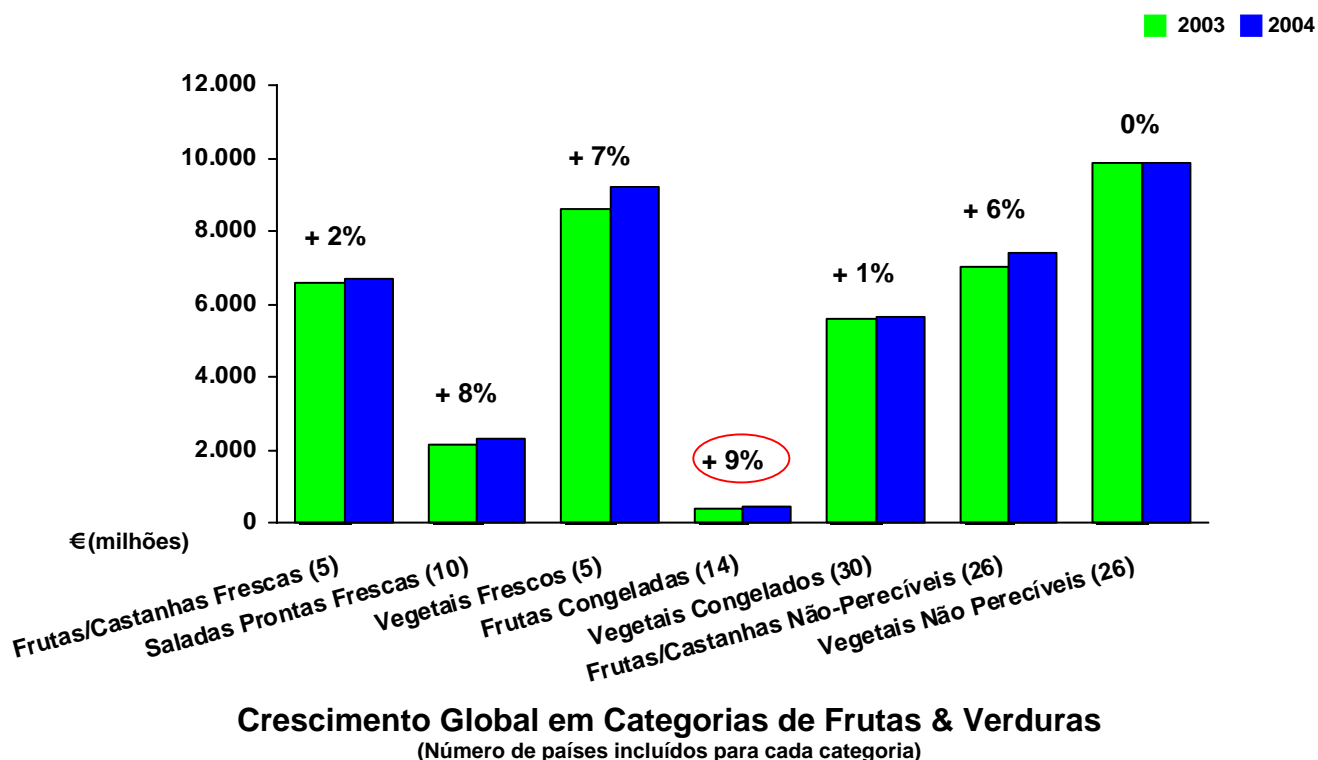
### Frutas & Verduras

- **Repleta de Categorias Saudáveis**

Apesar desta cesta de categorias saudáveis ter expandido apenas +4%, quatro das sete categorias incluídas expandiram +6% ou mais.

- **Frutas Congeladas**
- **Saladas Prontas Frescas**
- **Vegetais Frescos**
- **Frutas/Castanhas Não-Perecíveis**

A categoria com mais rápido crescimento, Frutas Congeladas, expandiu em todos os 14 países onde foi mensurada. Apesar de a categoria ter crescido +38% na Ásia-Pacífico, a maior influência sobre a taxa de crescimento global veio das maiores regiões da América do Norte da Europa, expandindo +9%.



# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004

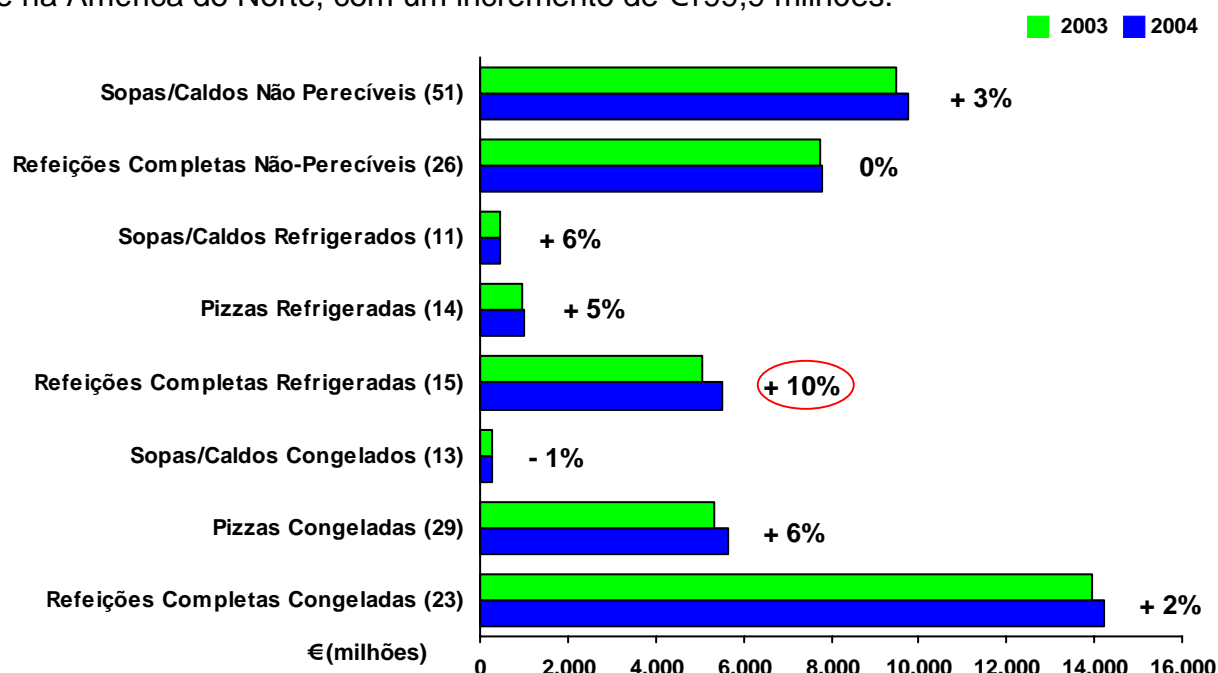


### Refeições Prontas

- **Refeições Completas Refrigeradas Satisfazem a Necessidade de Praticidade**
- **Pizzas Congeladas Também Excederam o Crescimento Médio**

Assim como no estudo anterior sobre Alimentos & Bebidas publicado em 2002, a necessidade de praticidade do consumidor fica muito evidente ao se analisar o crescimento de **Refeições Prontas**.

Na cesta de **Refeições Prontas**, o mais rápido e maior crescimento em valor de vendas foi apresentado pela categoria de **Refeições Completas Refrigeradas**. Esta categoria expandiu em todos os 15 países onde foi mensurada. É importante observar que estes países, de maneira geral, pertencem a regiões mais desenvolvidas. O crescimento médio foi forte nestas regiões (Ásia-Pacífico – com +27%, Europa – com +12%, e América do Norte, com +8%). O maior crescimento absoluto de valor foi observado na Europa, com um incremento de €284,9 milhões, e na América do Norte, com um incremento de €199,9 milhões.



**Crescimento Global Categorias de Refeições Prontas**  
(Número de países incluídos para cada categoria)

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004

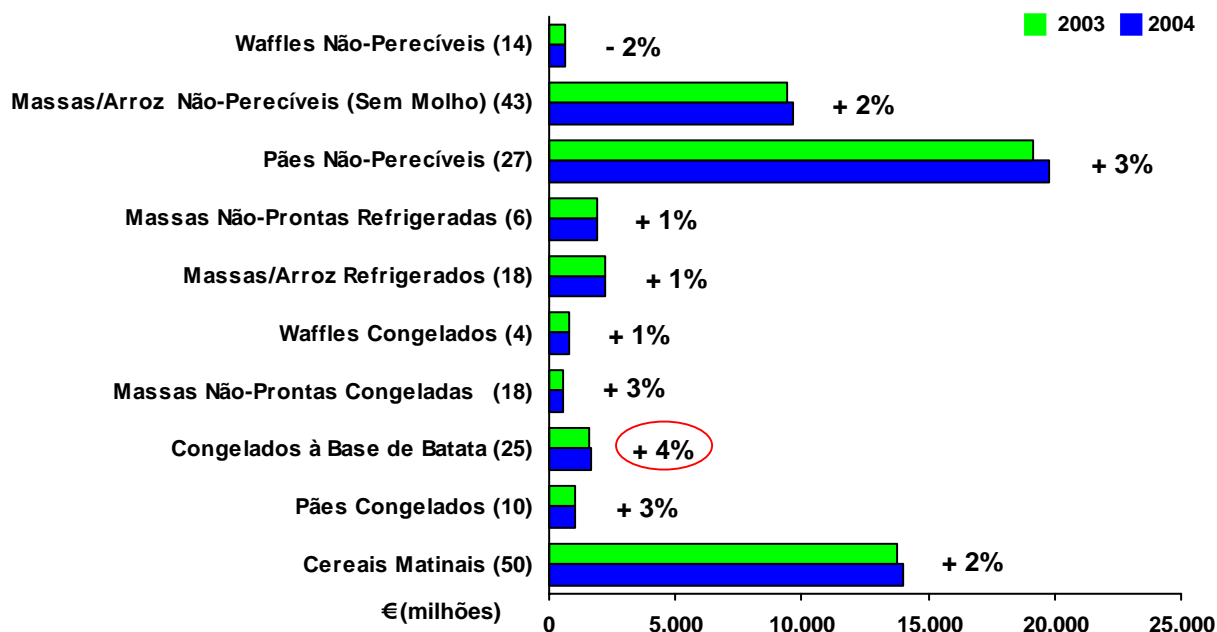


### Carboidratos Sem Açúcar

- **Crescimento Mínimo Observado Nesta Cesta de Produtos**

Carboidratos Sem Açúcar apresentou a mais baixa taxa de crescimento entre todas as 12 cestas de produtos analisadas. Na América do Norte, o coração da dieta pobre em carboidratos, esta cesta de produtos de fato apresentou o menor crescimento, +1%. No extremo oposto, a cesta de **Carboidratos Sem Açúcar** teve o mais rápido crescimento nos Mercados Emergentes (+13%), onde tal dieta é muito menos adotada ou conhecida.

A cesta de **Carboidratos Sem Açúcar** não somente apresentou um crescimento geral em valor de vendas de apenas +2%, mas também, como poderia ser esperado, as categorias que compõem esta cesta de produtos também apresentaram crescimento individual limitado. De fato, nenhuma das categorias nesta cesta de produtos apresentou crescimento superior a +4%. A categoria de **Waffles Não-Perecíveis** na verdade teve um declínio no último ano.



**Crescimento Global in Categorias de Carboidratos Sem Açúcar**  
(Número de países incluídos para cada categoria)

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004

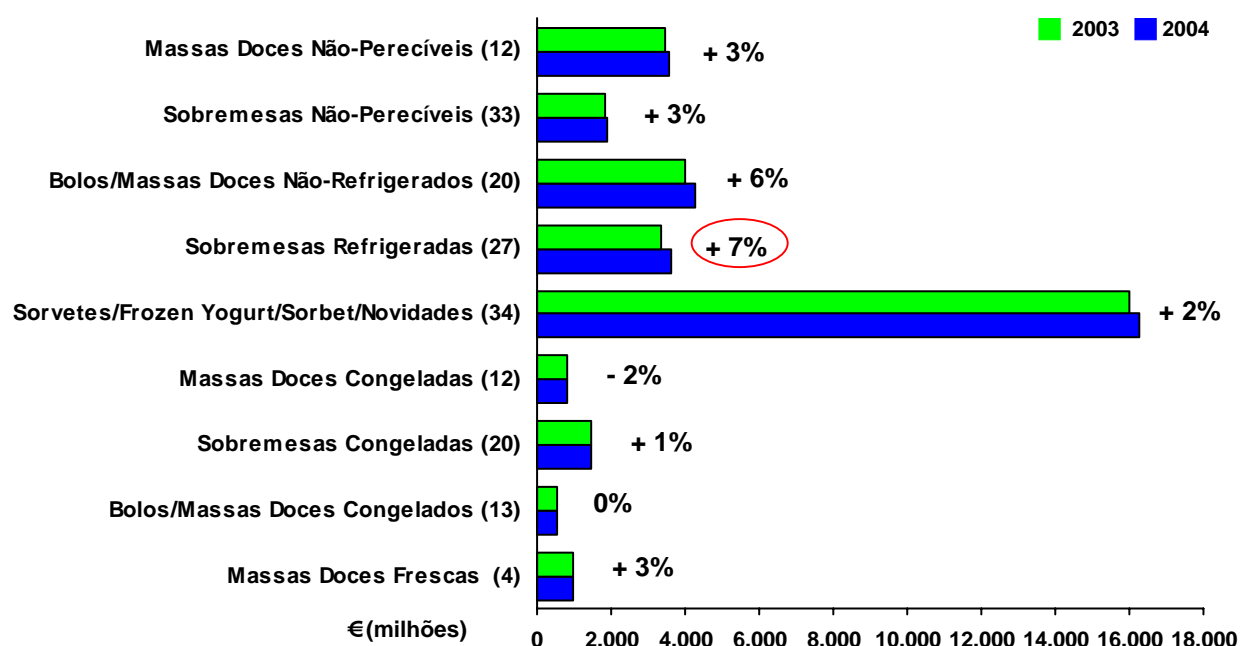


### Sobremesas, Bolos & Doces

- **Crescimento in Ásia-Pacífico Influenciado Pelo Clima**

**Sobremesas, Bolos & Doces** expandiu apenas +3% de maneira global no último ano. O crescimento nesta cesta de produtos variou consideravelmente nas regiões. A Ásia-Pacífico apresentou crescimento de +11%, enquanto a Europa não apresentou crescimento no último ano. O baixo crescimento apresentado na América do Norte (apenas +3%) novamente poderia ser um resultado do fanatismo americano por dietas com poucos carboidratos.

O crescimento positivo na região Ásia-Pacífico foi impulsionado principalmente pela categoria de **Sorvetes**, que respondeu ao clima. O verão frio no Japão em 2003 seguido por um verão quente em 2004 causou um aumento de 18% às vendas de **Sorvetes**.



**Crescimento Global em Categorias de Sobremesas, Bolos & Doces**  
(Número de países incluídos para cada categoria)

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004

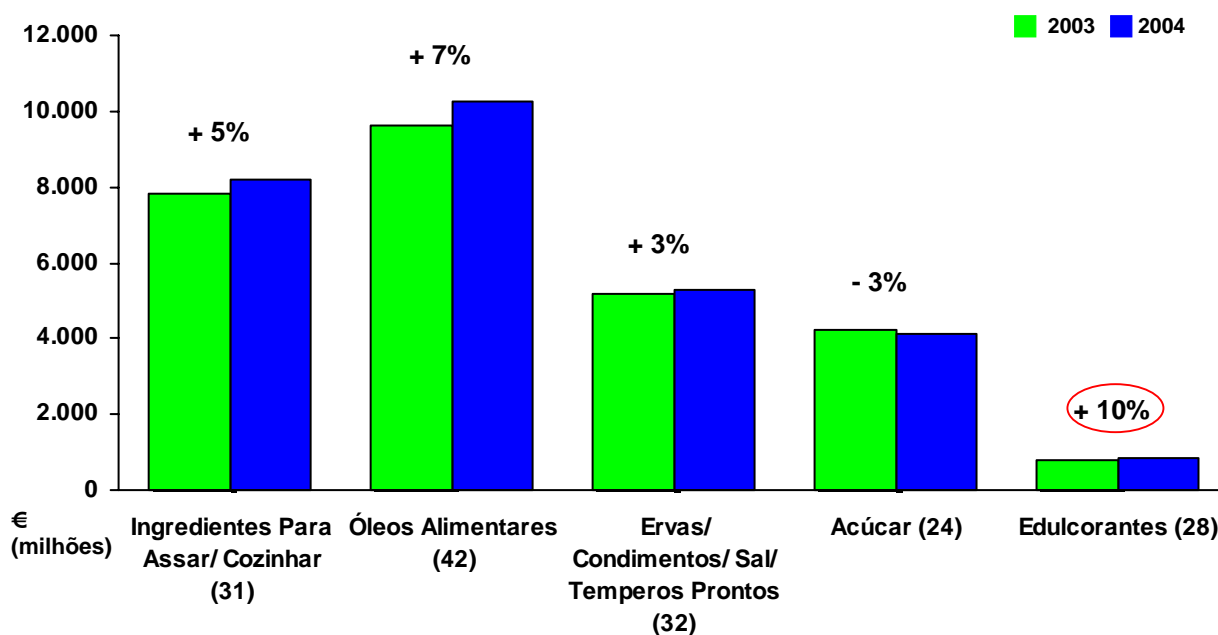


## Ingredientes Culinários Básicos

### ▪ Alternativas 'Saudáveis' Impulsionaram Crescimento

A cesta de produtos de **Ingredientes Culinários Básicos** apresentou uma diversidade de taxas de crescimentos, desde +2% na América Latina a +10% nos Mercados Emergentes. O crescimento global geral em vendas em valor é +4% em comparação ao ano anterior.

As duas categorias com mais rápido crescimento, **Edulcorantes** e **Óleos Alimentares** podem, novamente, estar relacionadas ao enfoque do consumidor em hábitos alimentares saudáveis. Enquanto as vendas da grande categoria de **Açúcar** declinaram, as vendas de **Edulcorantes** expandiram +10%. Na categoria de **Óleos Alimentares**, a migração para óleos 'mais saudáveis', porém mais caros – tais como Azeite de Oliva, impulsionou o crescimento em valor de vendas em todas as regiões.



**Crescimento Global em Categorias de Ingredientes Culinários Básicos**  
(Número de países incluídos para cada categoria)

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004

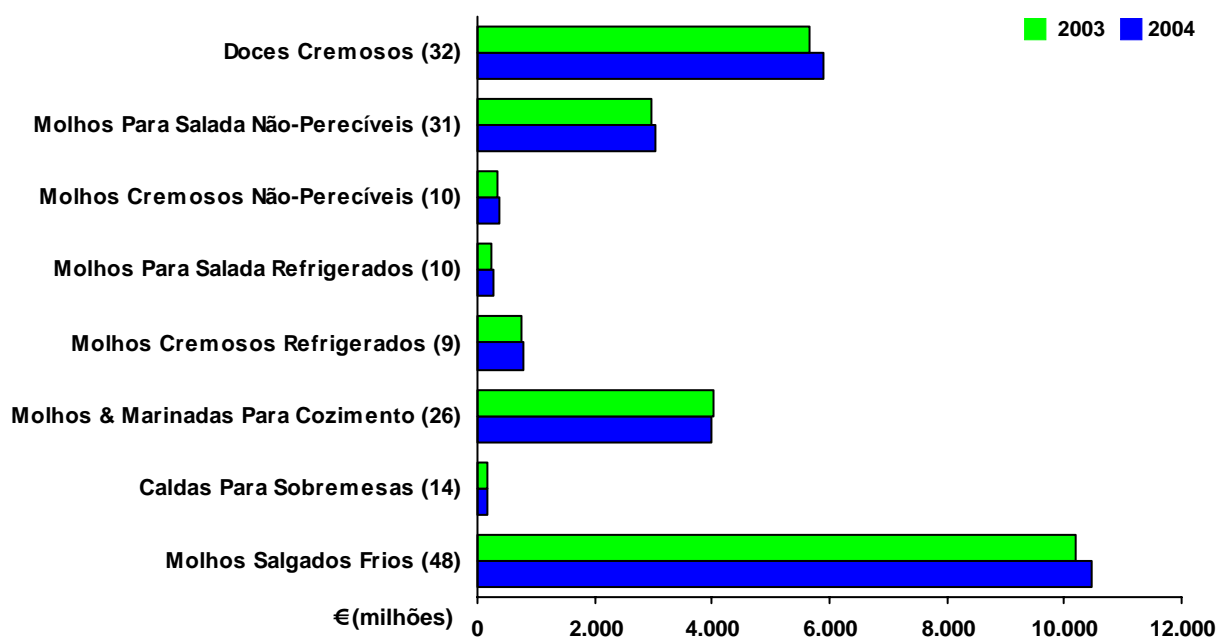


### Molhos

- **Molhos de Mais Rápido Crescimento Associados à Hábitos Alimentares Saudáveis**

De maneira geral, esta cesta de produtos expandiu apenas +3% desde o ano anterior. Tal crescimento foi principalmente impulsionado pelo crescimento da grande categoria de **Molhos Salgados Frios**. Esta categoria inclui Catchup, Mostarda, Maionese e Vinagre.

A categoria com mais rápido crescimento, entretanto, foi a menor categoria de **Molhos Para Salada Refrigerados**. Esta categoria cresceu em sete dos 10 países onde foi mensurada, acumulando um crescimento global de +9%. Tal crescimento não surpreende quando se leva em consideração o crescimento de **Saladas Prontas Frescas** (+8%) e de **Vegetais Frescos** (+7%).



**Crescimento Global em Categorias de Molhos**  
(Número de países incluídos para cada categoria)

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



## RESUMO

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Resumo

O enfoque deste relatório foi identificar claramente quais categorias de Alimentos & Bebidas estão mostrando o maior crescimento ao redor do mundo. Examinando 89 categorias de Alimentos & Bebidas em 59 países, analisamos tanto o valor absoluto das vendas destas categorias assim como suas taxas de crescimento. Para todas as categorias analisadas, o valor de vendas consolidado expandiu + 4%. Esta taxa de crescimento é, de fato, muito similar ao crescimento observado para as categorias de Higiene Pessoal analisadas anteriormente neste ano (+3%). Porém, as vendas acumuladas freqüentemente não identificam claramente quais categorias são as 'campeãs' em crescimento em comparação à categorias ou países que estão apresentando pouco ou nenhum crescimento. Na verdade, uma vasta diversidade de taxas de crescimento evidenciou-se ao se analisar tanto as categorias quanto as regiões.

Analisando-se primeiro as regiões, o nível mais alto de crescimento foi observado nas regiões em maior desenvolvimento dos Mercados Emergentes (+10%) e da América Latina (+7%). Por países, o crescimento geral variou de +22% no Egito a -4% in Hong Kong.

Assim como em nossos estudos anteriores, apesar das tendências terem variado entre os países, questões comuns foram observadas. Três principais tendências foram identificadas pelo estudo mais recente:

- **O Enfoque Contínuo na Saúde**
- **A Necessidade de Praticidade**
- **O Crescente Impacto das Marcas Próprias**

O enfoque do consumidor em saudabilidade e dieta foi definitivamente identificado como impulsionando o crescimento. Por exemplo, percebemos um maior crescimento em categorias que representam produtos fundamentais à saúde (por exemplo, **Frutas & Verduras** e **Água**), assim como em categorias específicas que representam uma alternativa 'mais saudável' (por exemplo, **Edulcorantes**, **Bebidas à Base de Soja** e **Cereal/Musli/Barra de Cereais**). De fato, dentre as 24 categorias com mais rápido crescimento, 75% estão relacionadas à saúde e dieta.

Não surpreendentemente, uma constatação fundamental foi que diversos consumidores mudaram seus regimes alimentares de modo a incluir alimentos e bebidas recomendados por alguma dieta específica. Um dos métodos mais populares para emagrecimento nos últimos anos tem sido a dieta rica em proteínas e baixo teor de carboidratos. Esta dieta, ditando novas idéias em relação a escolhas saudáveis, influencia o consumo de diversas categorias ao redor do mundo, particularmente na América do Norte. A popularidade deste regime alimentar foi

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



significativa tanto para o forte crescimento da cesta de **Carnes, Peixes & Ovos**, como para o crescimento mais lento da cesta de **Carboidratos Sem Açúcar** (tais como pães e massas) desde 2003.

O consumidor também demonstra preferência por produtos que oferecem praticidade. A importância desta necessidade pode ser observada mais claramente ao se analisar o crescimento da cesta de **Refeições Completas Refrigeradas** que ocorreu globalmente. O crescimento destes produtos poderia estar diretamente relacionado à facilidade com a qual o consumidor atarefado pode preparar tais refeições.

A combinação de saúde e praticidade é a chave para o sucesso de diversos produtos. Ao lado de uma infinidade de **Bebidas Não-Alcoólicas que oferecem** uma alternativa 'saudável' e portabilidade, categorias tais como **Saladas Prontas Frescas** também se beneficiaram por satisfazer as necessidades do consumidor em ambas as dimensões.

A terceira principal tendência identificada pelo estudo foi a influência de produtos de Marcas Próprias no mercado global. A presença de produtos de Marcas Próprias continua a expandir e foi constatada como um impulso ao crescimento de determinadas categorias em mercados locais. Onde Marcas Próprias já estavam presentes, o crescimento foi impulsionado pela intensificação de tal presença; onde Marcas Próprias ainda eram relativamente novas no país, o crescimento foi impulsionado pela expansão para novas cestas de Alimentos & Bebidas.

Por último, deve-se lembrar que há diversos fatores externos que podem influenciar o crescimento de categorias de Alimentos & Bebidas ao redor do mundo. Fatores tais como alterações em regulamentações oficiais, crescimento econômico e condições ambientais; todos foram destacados no estudo como afetando o crescimento de determinadas categorias em determinados mercados.

A mensagem para fabricantes e varejistas é clara. Definitivamente, há uma necessidade de se reconhecer e satisfazer a exigência do consumidor por produtos saudáveis e práticos.

Porém os dados nos levam ainda adiante. Já que consumidores estão dispostos a comprar tanto Marcas Próprias como produtos de fabricantes tradicionais segundo a percepção do custo/benefício recebido, encontrar produtos saudáveis que sejam práticos e também ofereçam uma boa relação custo/benefício é o verdadeiro desafio global.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



## METODOLOGIA

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



## Metodologia

### Países

A ACNielsen analisa as vendas no varejo em quase 100 países ao redor do mundo. Este estudo enfoca 59 destes 100 países, cobrindo a região Ásia-Pacífico, os Mercados Emergentes, a Europa, a América Latina e a América do Norte. Os 59 países incluídos no estudo respondem por 93% do PIB (Produto Interno Bruto) mundial, e por mais de 77% da população do planeta.

#### Ásia-Pacífico

- Austrália
- China
- Cingapura
- Coreia do Sul
- Filipinas
- Hong Kong
- Índia
- Indonésia
- Japão
- Malásia
- Nova Zelândia
- Taiwan
- Tailândia
- Vietnã

#### Mercados Emergentes

- África do Sul
- Arábia Saudita
- Bulgária
- Cazaquistão
- Croácia
- Egito
- Emirados Árabes
- Eslováquia
- Eslovênia
- Estônia
- Hungria
- Letônia
- Lituânia
- Marrocos
- Nigéria
- Polônia
- Romênia
- Rússia
- República Tcheca
- Tunísia
- Ucrânia

#### Europa

- Alemanha
- Áustria
- Bélgica
- Dinamarca
- Espanha
- Finlândia
- França
- Grécia
- Holanda
- Irlanda
- Itália
- Noruega
- Portugal
- Reino Unido
- Suécia
- Suíça
- Turquia

#### América do Norte

- Canadá
- Estados Unidos (EUA)

#### América Latina

- América Central (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Panamá)
- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colômbia
- México
- Porto Rico

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Categorias

Para obter um panorama completo do mercado de Alimentos & Bebidas nestes 59 países, a ACNielsen incluiu tendências de 89 categorias de Alimentos & Bebidas, e então as agrupou em 12 cestas de produtos para uma análise mais profunda.

#### **Alimentos Infantis**

- Fórmulas Infantis
- Alimentos Infantis
- Lanches Infantis
- Sucos & Bebidas à Base de Sucos Infantis

#### **Bebidas Alcoólicas**

- Cerveja/Chope
- Cidra
- Vinhos
- Bebidas de Alto Teor Alcoólico
- Misturas Alcoólicas Prontas
- Licores

#### **Bebidas Não-Alcoólicas**

- Bebidas à Base de Cacau/Chocolate/Malte
- Café
- Bebidas à Base de Leite
- Bebidas à Base de Soja\*
- Diluíveis & Concentrados
- Iogurtes Líquidos
- Sucos 100%
- Bebidas Gasosas
- Bebidas Não-Gasosas Prontas
- Bebidas Isotônicas/Energéticas
- Chá
- Água Mineral

#### **Doces, Biscoitos & Lanches Doces**

- Cereal/Musli/Barra de Cereais
- Goma de Mascar
- Chocolate
- Confeitos Sem Chocolate
- Biscoitos Com Sabor/Neutros/Água & Sal
- Salgadinhos/Batatas Fritas
- Biscoitos Doces/Bolachas/Cookies
- Biscoitos Tipo Torrada<sup>NT1</sup>

#### **Laticínios**

- Manteiga/Margarina
- Queijos
- Laticínios/Leite/Crema de Leite Refrigerados
- Laticínios/Leite/Crema de Leite/Leite Com Sabor Não-Perecíveis
- Iogurtes

#### **Carnes, Peixes & Ovos**

- Ovos
- Peixes/Frutos do Mar Congelados
- Carnes Congeladas
- Peixes/Frutos do Mar Refrigerados
- Carnes Refrigeradas
- Carnes Não-Perecíveis
- Peixes/Frutos do Mar Não-Perecíveis

#### **Frutas & Verduras**

- Frutas/Castanhas Frescas
- Saladas Prontas Frescas
- Vegetais Frescos
- Frutas Congeladas
- Vegetais Congelados
- Frutas/Castanhas Não-Perecíveis
- Vegetais Não-Perecíveis

#### **Refeições Prontas**

- Refeições Completas Congeladas
- Pizzas Congeladas
- Sopas/Caldos Congelados
- Refeições Completas Refrigeradas
- Pizzas Refrigeradas
- Sopas/Caldos Refrigerados
- Refeições Completas Não-Perecíveis
- Sopas/Caldos Não-Perecíveis

#### **Carboidratos Sem Açúcar**

- Cereais Matinais
- Pães Congelados
- Congelados à Base de Batata
- Massas Não-Prontas Congeladas
- Waffles Congelados
- Massas/Arroz Refrigerados
- Massas Não-Prontas Refrigeradas
- Pães Não-Perecíveis
- Massas/Arroz Não-Perecíveis (Sem Molho)
- Waffles Não-Perecíveis

#### **Sobremesas, Bolos & Doces**

- Massas Doces Frescas
- Bolos/Massas Doces Congelados
- Sobremesas Congeladas
- Massas Doces Congeladas
- Sorvetes/Iogurtes/Sorbets/Novidades
- Sobremesas Refrigeradas
- Bolos/Massas Doces Não-Perecíveis
- Sobremesas Não-Perecíveis
- Massas Doces Não-Perecíveis

#### **Ingredientes Culinários Básicos**

- Ingredientes Para Assar/Cozinhar
- Óleos Alimentares
- Ervas/Condimentos/Sal/Temperos Prontos
- Açúcar
- Edulcorantes

#### **Molhos**

- Molhos Salgados Frios
- Caldas Para Sobremesas
- Molhos & Marinadas Para Cozimento
- Molhos Cremosos Refrigerados
- Molhos Para Salada Refrigerados
- Molhos Cremosos Não-Perecíveis
- Molhos Para Saladas Não-Perecíveis
- Doces Cremosos

\* A categoria de Bebidas à Base de Soja também inclui algumas bebidas à base de arroz e cereais

<sup>NT1</sup> Toaster Pastries

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Cobertura

Assim como nossos outros estudos, este relatório toma como base informações sobre compras efetuadas no grande varejo, excluindo, de forma geral, canais tais como quiosques, bares, restaurantes e máquinas de venda automática. Em alguns países, as vendas de lojas de conveniência e farmácias também foram excluídas.

É importante observar que dados do painel *Homescan* da ACNielsen foram incluídos como fonte das informações sobre a rede Wal-Mart nos Estados Unidos.

Além disto, devido ao fato de a cobertura das categorias poder variar significativamente nos diversos países, citamos em nossas constatações o número real de países incluídos no relatório, por categoria. Quando os produtos encontravam-se segmentados em diversas categorias em diferentes mercados, reconstruímos tais categorias, a fim de obter a visão mais consistente possível.

### Período de Tempo

Informações foram coletadas para 12 meses móveis, de julho de 2003 a julho de 2004.

# Os Produtos Mais Quentes do Mundo

## Informações Sobre o Crescimento de Categorias de Alimentos & Bebidas em 2004



### Taxas de Câmbio Utilizadas

Para obter uma perspectiva global de uma cesta de produtos ou categoria, agregações globais foram criadas convertendo-se moedas locais da maioria dos países em euros segundo uma taxa de câmbio constante. Para os mercados hiper-inflacionários da Romênia e da Turquia, taxas de câmbio variáveis foram utilizadas.

| Moeda Local          | Taxa de Câmbio | Moeda Local        | Taxa de Câmbio |
|----------------------|----------------|--------------------|----------------|
| Bath Tailandês       | 0.02040        | Coroa Eslovaca     | 0.02440        |
| Dólar Australiano    | 0.53800        | Coroa Tcheca       | 0.03190        |
| Dólar Cingapuriano   | 0.49900        | Dirram Marroquino  | 0.09180        |
| Dólar de Hong Kong   | 0.10990        | Forint Húngaro     | 0.00400        |
| Dólar Neo Zelandês   | 0.47450        | Kuna Croata        | 0.13220        |
| Dongue Vietnamita    | 0.000055       | Lat Letão          | 1.51900        |
| Iene Japonês         | 0.00740        | Leu Romeno (03)    | 0.00002667     |
| Iuan Renmimbi Chinês | 0.10390        | Leu Romeno (04)    | 0.000024697    |
| Novo Dólar Taiwanês  | 0.02500        | Lev Búlgaro        | 0.51400        |
| Peso Filipino        | 0.01500        | Libra Egípcia      | 0.14280        |
| Ringgit Malásio      | 0.22260        | Lita Lituano       | 0.28960        |
| Rúpia Indiana        | 0.01810        | Naira Nigeriano    | 0.00600        |
| Uon Sul Coreano      | 0.00070        | Rande Sul Africano | 0.10400        |
|                      |                | Rial Árabe Saudita | 0.22790        |
| Coroa Dinamarquesa   | 0.13470        | Rublo Russo        | 0.02780        |
| Coroa Norueguesa     | 0.12680        | Tenge Cazaquistão  | 0.00570        |
| Coroa Sueca          | 0.10830        | Tolar Esloveno     | 0.00430        |
| Franco Suíço         | 0.66800        | Zloti Polonês      | 0.22930        |
| Libra Esterlina      | 1.37300        |                    |                |
| Lira Turca (03)      | 0.000000584    | Peso Argentino     | 0.24450        |
| Lira Turca (04)      | 0.000000543    | Peso Chileno       | 0.00120        |
|                      |                | Peso Colombiano    | 0.00030        |
| Dólar Americano      | 0.85000        | Peso Mexicano      | 0.07750        |
| Dólar Canadense      | 0.60650        | Real Brasileiro    | 0.23700        |