

LÁCTEOS JÁ SE RECUPERAM EM 2019?

Milkpoint
Agosto 2019

This artwork was created using Nielsen data.

Copyright © 2019 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.



AGENDA

Tendências macroeconômicas e Cestas Nielsen

Mercado de Lácteos

Principais recomendações para Lácteos em 2019



CENÁRIO MACROECONÔMICO E CESTAS NIELSEN

This artwork was created using Nielsen data.

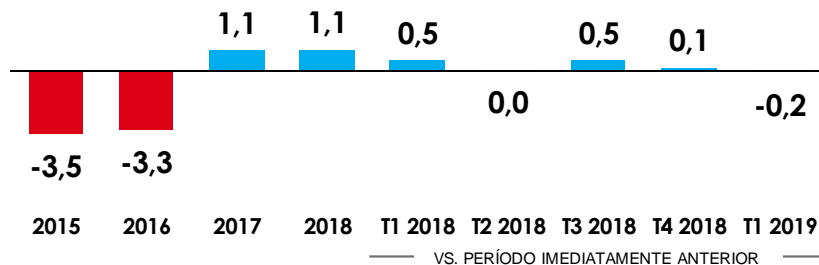
Copyright © 2019 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.



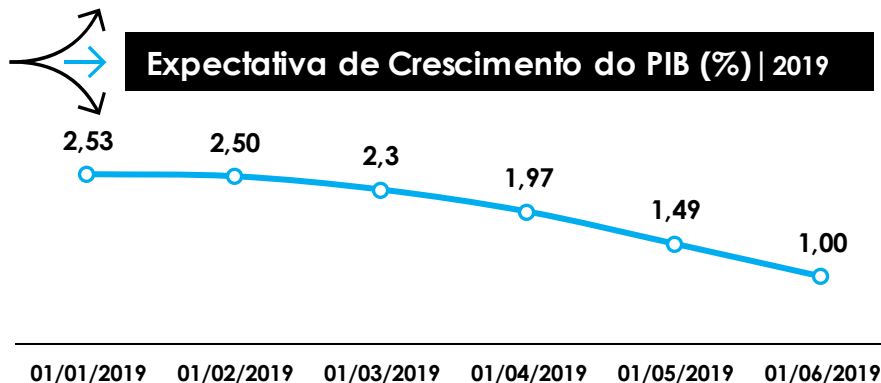
INSTABILIDADE E INCERTEZAS POLÍTICAS COMPROMETEM EXPECTATIVA DE CRESCIMENTO PARA O ANO



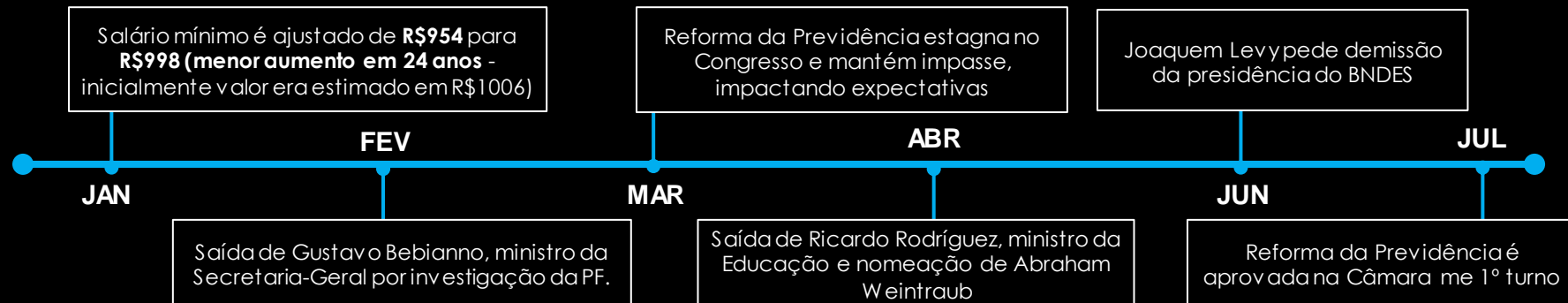
% PIB



Expectativa de Crescimento do PIB (%) | 2019



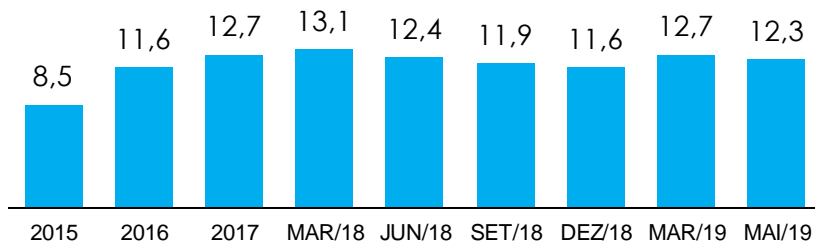
IMPACTOS POLITICO-ECONÔMICOS NO BRASIL EM 2019



DESEMPREGO ALTO PERSISTE, APESAR DE CENÁRIO MAIS FAVORÁVEL AO INVESTIMENTO



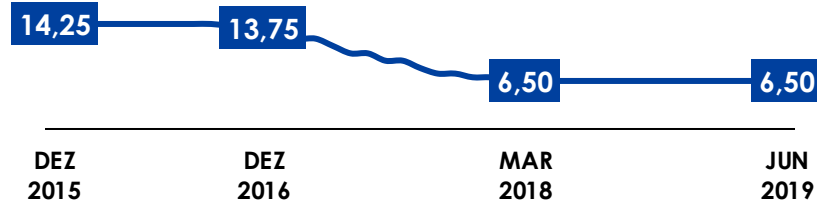
Taxa de Desemprego



	MERCADO FORMAL	MERCADO INFORMAL	CONTA-PRÓPRIA
Pessoas ocupadas 2018 vs. 2017	-1,2%	+4,5%	+2,9%
Renda média nominal 2018 vs. 2017	R\$ 2.109,00	R\$ 1.311,00	R\$ 1.619,00

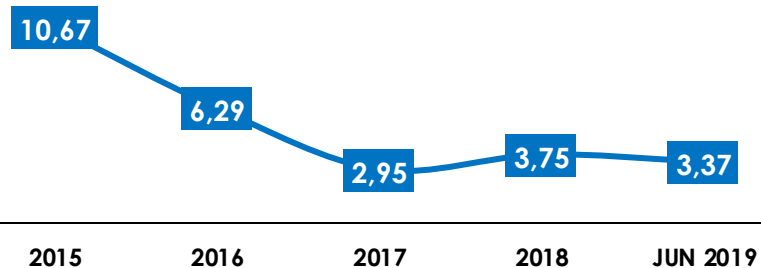


Meta da Taxa SELIC (%)



Inflação (%) | IPCA

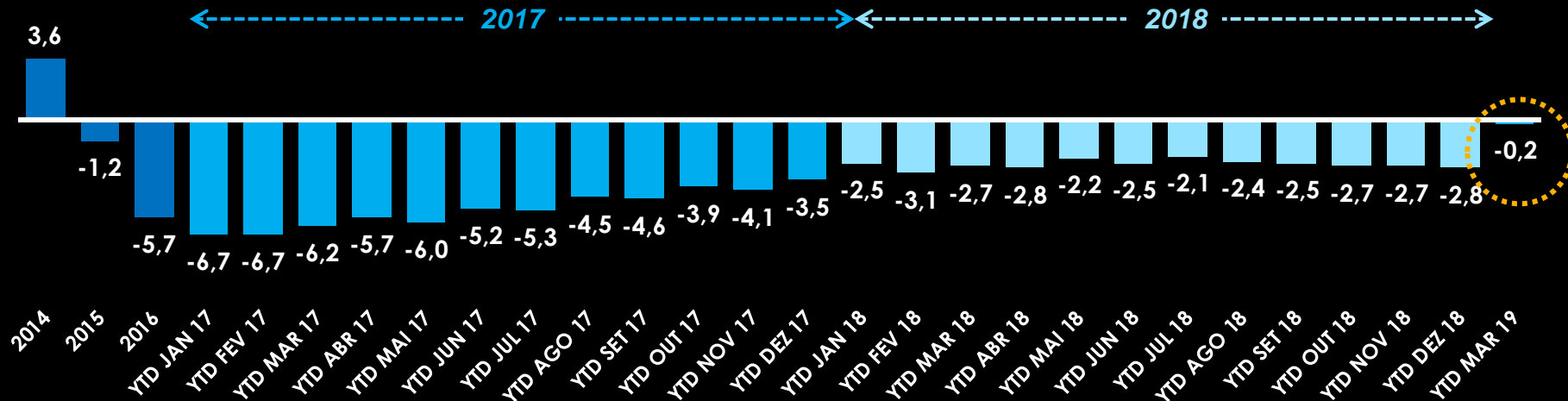
Acumulado em 12 meses



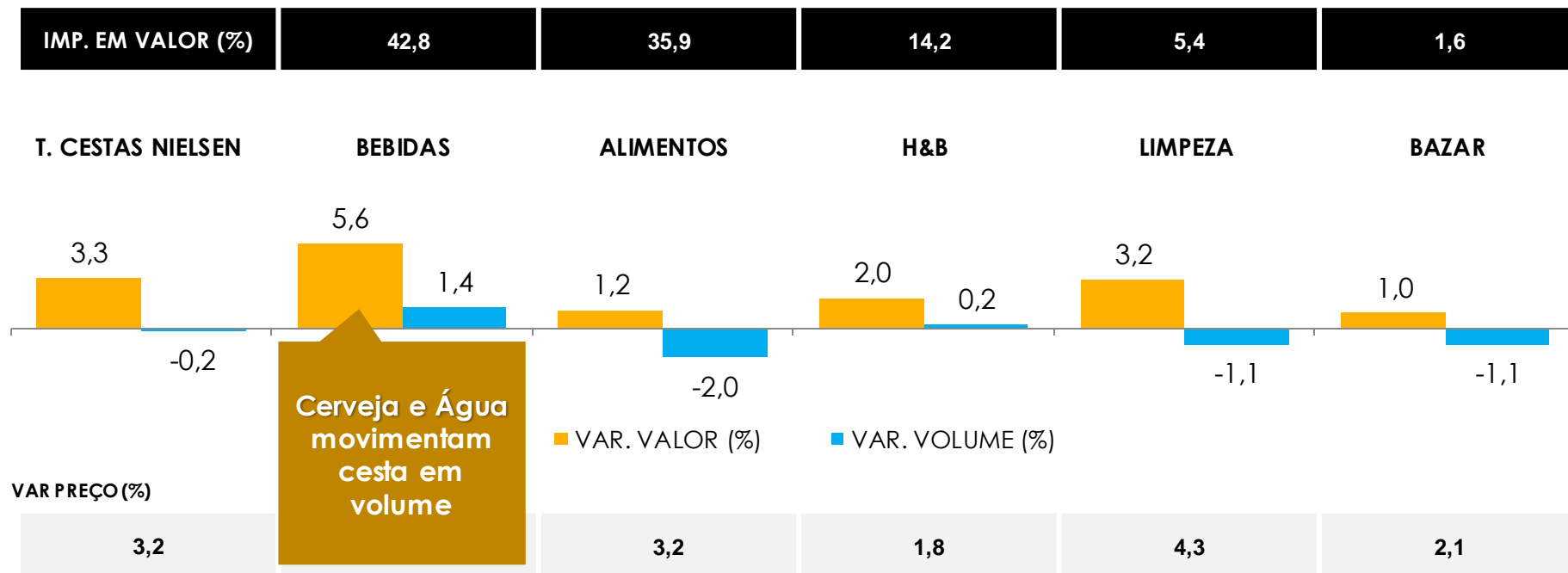
CESTA NIELSEN DESACELERAM RETRAÇÃO, MAS AINDA NÃO REVERTEM CENÁRIO DE QUEDA



T. CESTA NIELSEN VOLUME VAR VS. MESMO PERÍODO DO ANO ANTERIOR

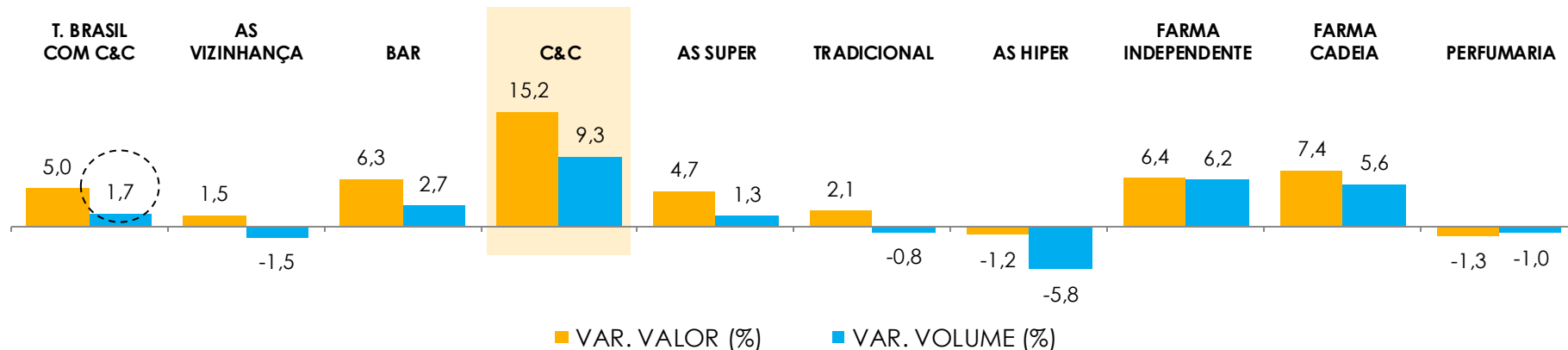


CESTAS DE BEBIDAS E HIGIENE E BELEZA JÁ RECUPERAM



AO CONSIDERAR O C&C, JÁ VERÍAMOS CRESCIMENTO NA CESTA NIELSEN

IMPORTÂNCIA DOS CANAIS EM VALOR (%)



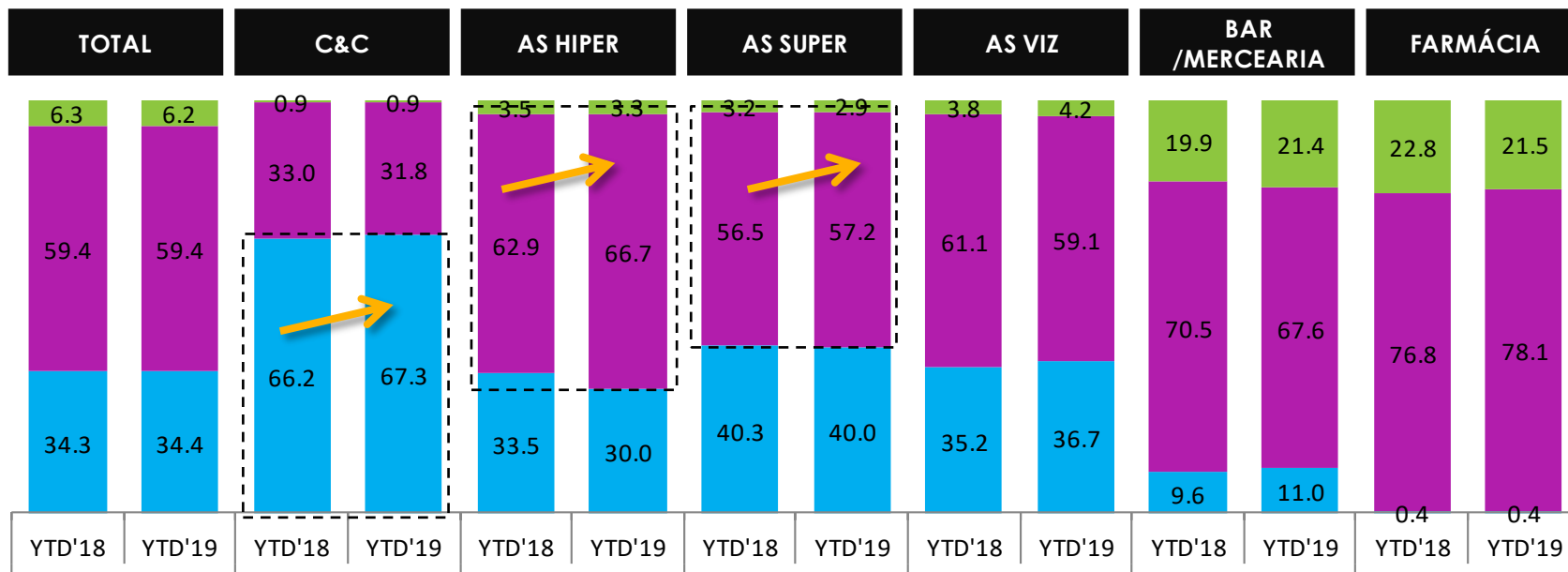
VAR PREÇO (%)



C&C SE CONSOLIDA NA MISSÃO DE ABASTECIMENTO E FORMATOS DE AUTOSSERVIÇO NA REPOSIÇÃO

GASTOS POR MISSÃO DE COMPRA (%)

COMPRA DO MÊS REPOSIÇÃO EMERGÊNCIA



CANAL CONTINUA GANHANDO PENETRAÇÃO E LARES EXCLUSIVOS AUMENTAM

Cash and Carry



LARES
COMPRADORES

61,2%

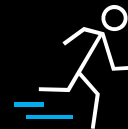
+1,8pp
VS. MOV 18



TICKET MÉDIO POR
COMPRA

R\$ 129,70

+3,2%
VS. MOV 18



FREQUÊNCIA DE
COMPRAS NO ANO

13x

+2,7%
VS. MOV 18



LARES QUE COMPRAM
APENAS NO C&C

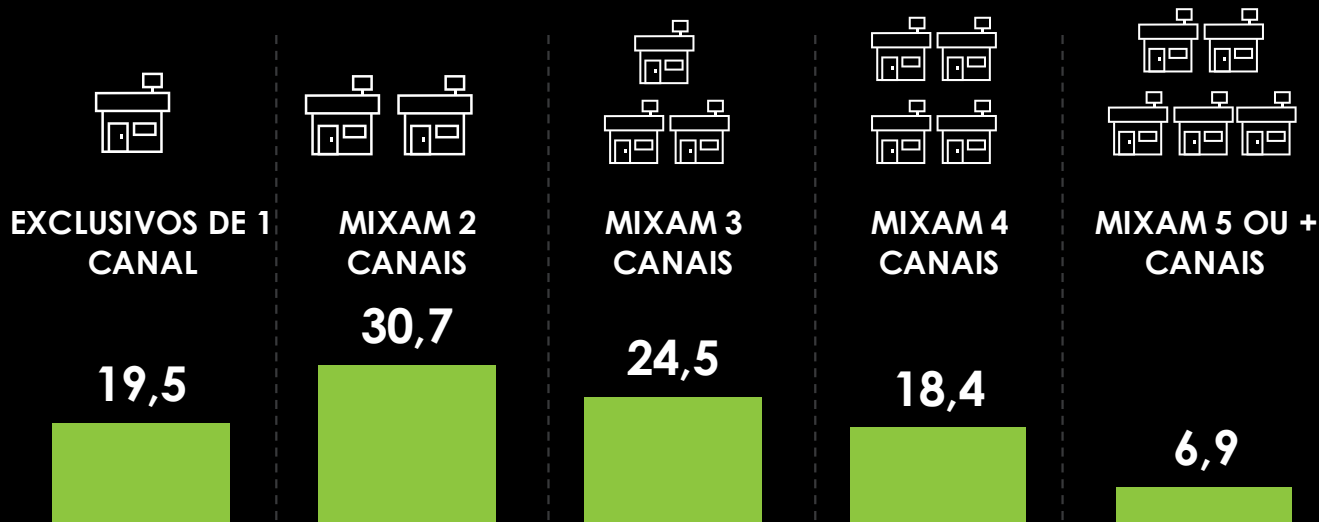
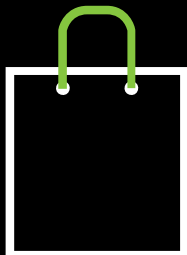
9,1%

+0,9pp vs. MOV 18

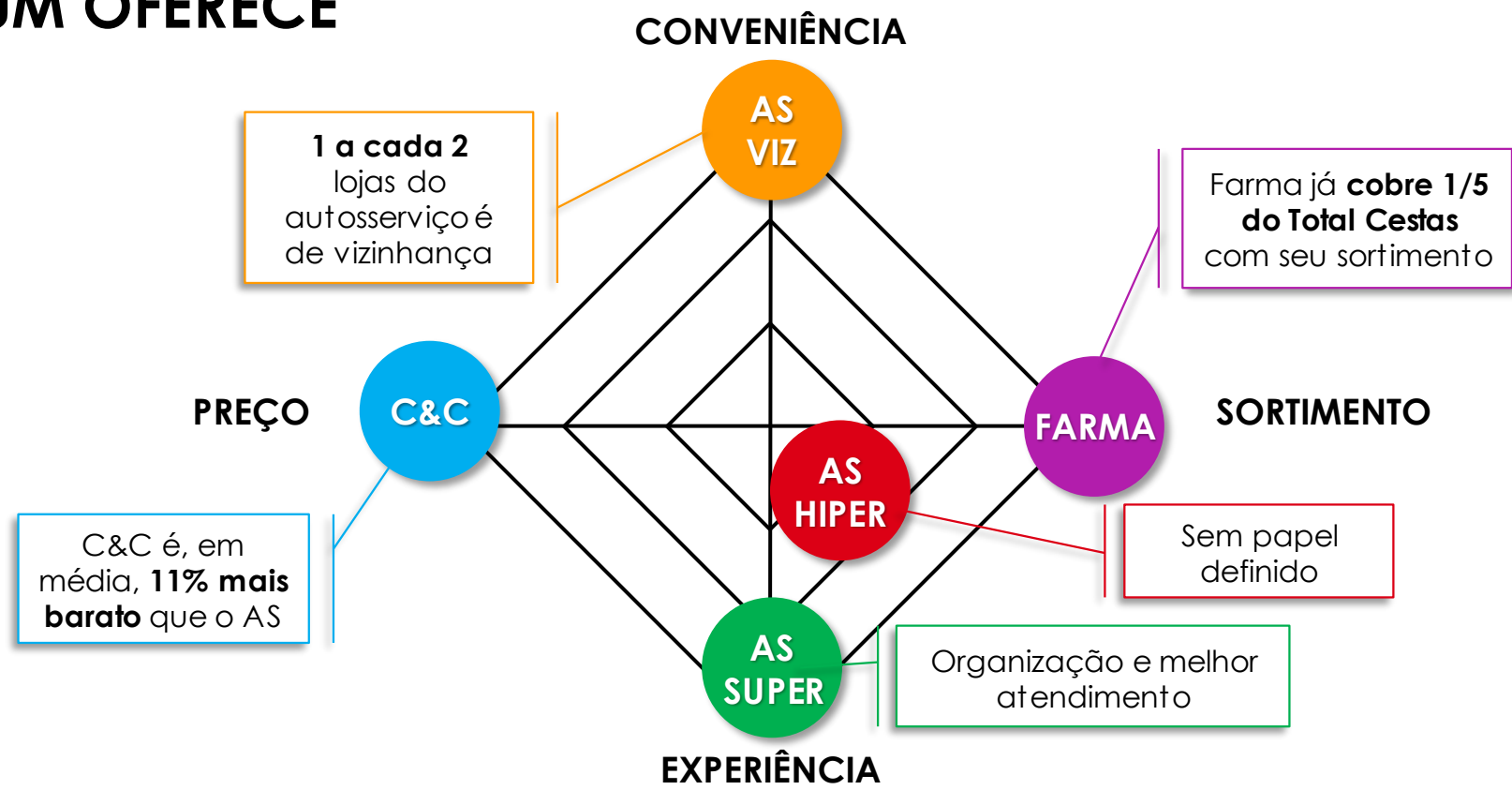
SHOPPER BUSCA OTIMIZAR SUAS COMPRAS AO COMBINAR O C&C COM OUTROS CANAIS

Mixidade de Canais

% de lares compradores



APROVEITANDO-SE DO PRINCIPAL ATRIBUTO QUE CADA UM OFERECE





DESEMPENHO DA CESTA DE LÁCTEOS

This artwork was created using Nielsen data.

Copyright © 2019 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.



CESTA DE LÁCTEOS VOLTA A CRESCER EM VALOR, MAS AINDA NÃO SE RECUPERA EM VOLUME

CESTA DE LÁCTEOS COM CASH AND CARRY

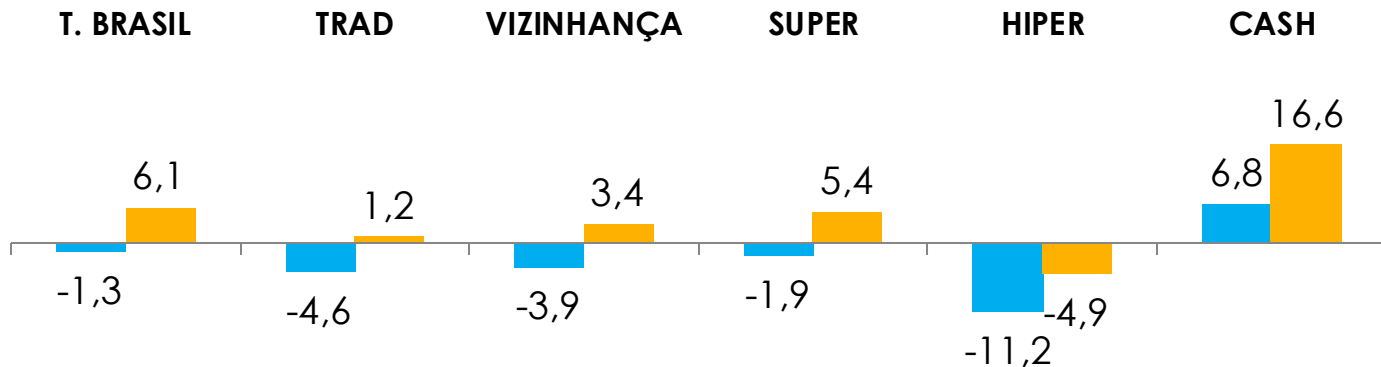
■ VAR. VOLUME (%) ■ VAR. VALOR (%)

YTD 19 VS. YTD 18

T. BRASIL SEM CASH & CARRY

-3,7%
VOLUME

+3,4%
VALOR



IMPORTÂNCIA EM VALOR YTD 19 | VAR. VS YTD 18

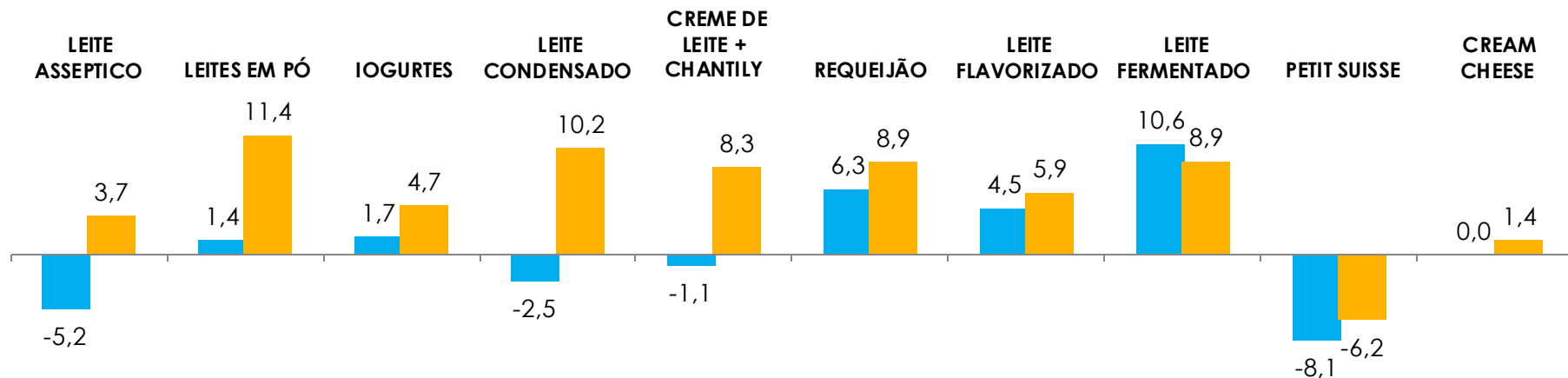


METADE DA CESTA JÁ APRESENTA CRESCIMENTO EM VOLUME

CESTA DE LÁCTEOS COM CASH AND CARRY

■ VAR. VOLUME (%) ■ VAR. VALOR (%)

YTD 19 VS. YTD 18



IMPORTÂNCIA EM VALOR YTD 19 | VAR. VS YTD 18

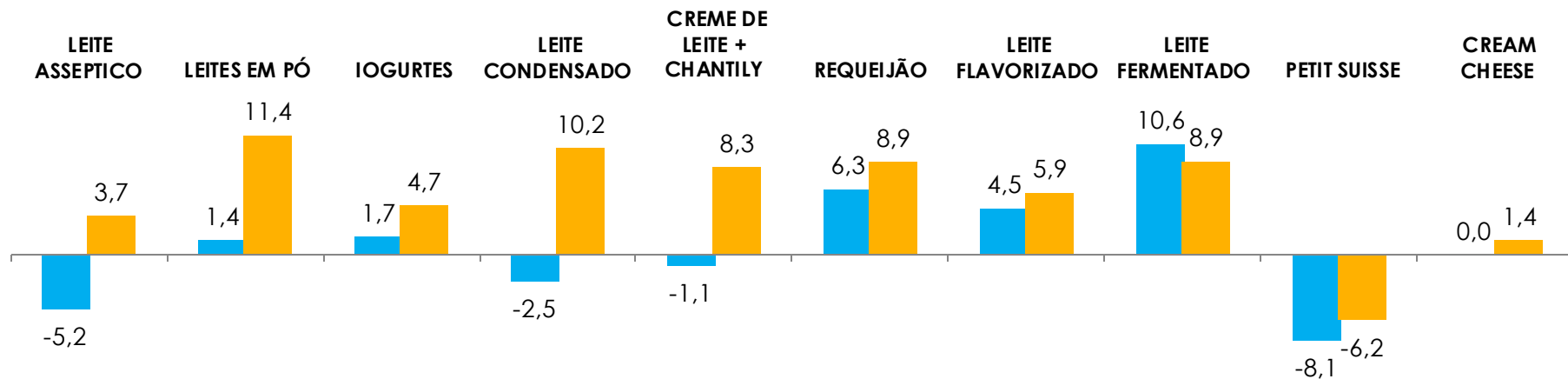


C&C AUMENTA A RELEVÂNCIA EM TODAS AS CATEGORIAS

CESTA DE LÁCTEOS COM CASH AND CARRY

■ VAR. VOLUME (%) ■ VAR. VALOR (%)

YTD 19 VS. YTD 18



IMPORTÂNCIA EM VOLUME DO CASH PARA CATEGORIAS YTD 19 | VAR. VS YTD 18

25,4%
(+3,1pp)

29,2%
(+0,6pp)

19,0%
(+1,3)

39,0%
(+1,4pp)

35,0%
(+1,3pp)

48,2%
(+2,9pp)

29,9%
(+2,6pp)

23,3%
(+2,1pp)

21,9%
(+2,5pp)

34,1%
(+6,5pp)

SOMENTE LEITE FERMENTADO CRESCE EM VOLUME E VALOR NO MERCADO SEM CASH AND CARRY

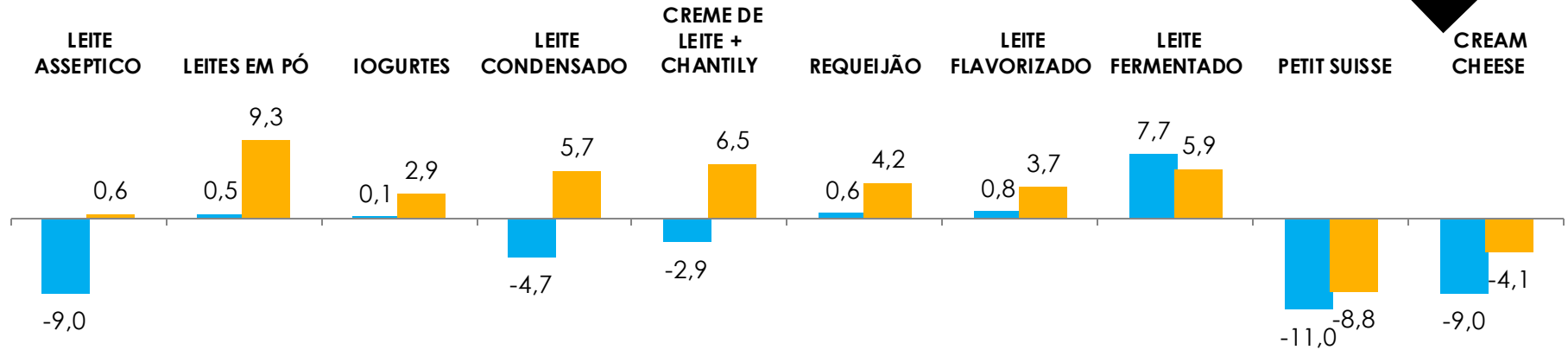
LEITE VEGETAL

CESTA DE LÁCTEOS SEM CASH AND CARRY

YTD'19
R\$24MM
IMP. VALOR 0,2%
+83,3% VOL.
 YTD'18X19

■ VAR. VOLUME (%) ■ VAR. VALOR (%)

YTD 19 VS. YTD 18



IMPORTÂNCIA EM VALOR YTD 19 | VAR. VS YTD 18



TODAS A CESTA TEM PERFORMANCE POSITIVA NO CASH AND CARRY

CESTA DE LÁCTEOS COM CASH AND CARRY



YTD 19 VS. YTD 18

	T. CESTA LÁCTEOS	LEITE ASSÉPTICO	LEITE EM PÓ	IOGURTE	LEITE CONDENSADO	CREME DE LEITE + CHANTILY	REQUEIJÃO	LEITE FLAVORIZADO	LEITE FERMENTADO	PETIT SUISSÉ	CREAM CHEESE
T. BRASIL											
TRADICIONAL											
AS VIZINHANÇA											
AS SUPER											
AS HIPER											
CASH & CARRY											

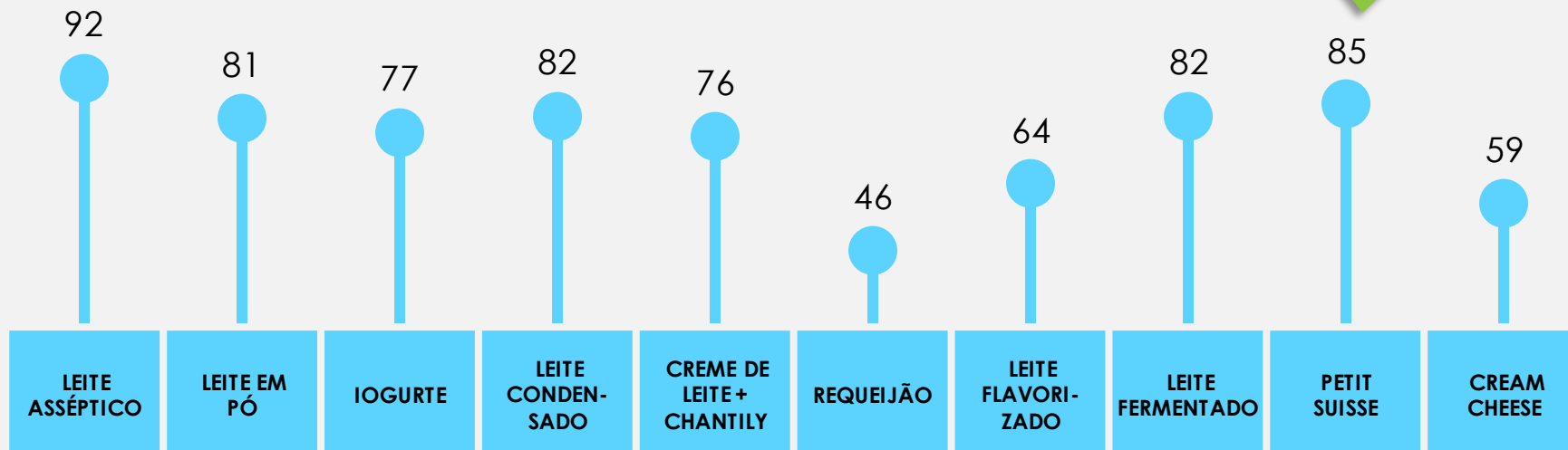
CANAL SE TORNA AINDA MAIS BARATO PARA DIVERSAS CATEGORIAS DE LÁCTEOS

ÍNDICE DE PREÇO | CASH AND CARRY VS. AUTOSSERVIÇO (VIZINHANÇA + SUPER + HIPER)

100 = PREÇO MÉDIO NO AUTOSSERVIÇO

YTD 19

C&C é 11% mais barato que o AS
(MÉDIA DE TODAS AS CATEGORIAS)

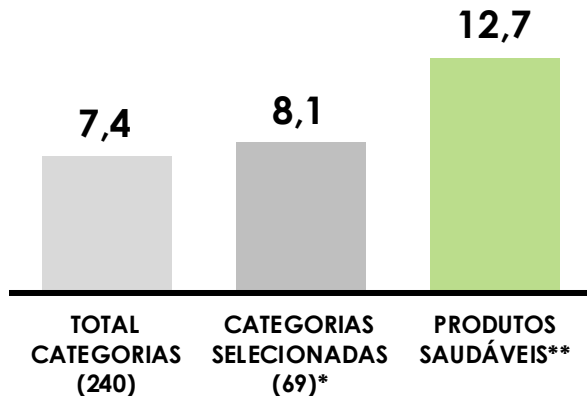


ALÉM DO C&C, NICHOS DE SAUDABILIDADE SE DESTACAM ENTRE OS DRIVERS DA CESTA

	CUSTO-BENEFÍCIO	SAUDABILIDADE	TRADE DOWN	LANÇAMENTOS	DISTRIBUIÇÃO OU ATIVAÇÃO NO PDV
LEITE ASSÉPTICO	Embalagens entre 200 e 500ml	Sem lactose ou baixa lactose			
LEITE EM PÓ	Embalagens de 800g	Sem lactose			
IOGURTE	Garrafas acima de 701ml	<ul style="list-style-type: none"> Sem lactose ou baixa lactose High Protein 			
LEITE FLAVORIZADO		Sem lactose			Ganho de capilaridade no AS Vizinhaça
LEITE FERMENTADO				Produtos focados no público infantil	Ativação dos lançamentos
REQUEIJÃO	Embalagens acima de 500g no C&C	Sem lactose			Ponto Extra e Oferta no AS
CREME DE LEITE E LEITE CONDENSADO		Sem lactose	Somente marcas Low e/ou Medium crescem		
PETIT SUISE E CREAM CHEESE			Somente marcas Low e/ou Medium crescem		

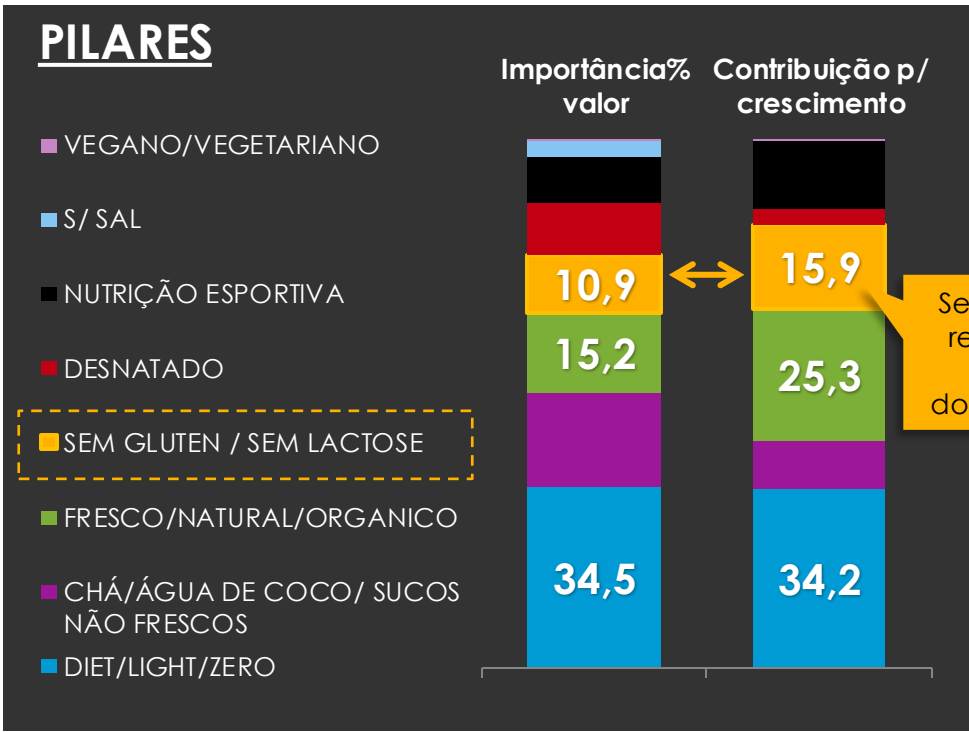
PILAR SEM LACTOSE FIGURA ENTRE OS MAIS RELEVANTES PARA A CESTA DE PRODUTOS SAUDÁVEIS

Variação (%) de Vendas Valor



*69 categorias que tem pelo menos um Produto Saudável

**6820 Produtos com claim saudável (Lista fechada)



CASH AND CARRY TAMBÉM CONTRIBUI PARA O DESENVOLVIMENTO DA CESTA SAUDÁVEL

DRIVERS DE CRESCIMENTO

DIET/LIGHT ZERO

FRESCO / NATURAL / ORGÂNICO

SEM GLÚTEN / SEM LACTOSE



LANÇAMENTOS

Fazem **100%** do **crecimento** do pilar



PROMOÇÃO

desconto de preço impulsiona **ORGÂNICOS**, contribuindo com **41%** do crescimento (vs. **17%** de importância)



CASH & CARRY

contribui **2x mais que seu tamanho** para crescimento do pilar



MERCADO PREMIUM

Canal **contribui acima** do esperado



CASH & CARRY

contribui para o crescimento com aproximadamente **2x acima da importância**



FARMA

apesar de baixa relevância (2,5%), **crece 54%**

ESCOLHAS SAUDÁVEIS JÁ SÃO REALIDADE NOS LARES BRASILEIROS

28% dos lares adotam diversas medidas **saudáveis**



DOS **SHOPPERS SAUDÁVEIS**, **96%** FAZEM COMPRAS NA FEIRA DE RUA* E **74% EM SACOLÃO E HORTIFRUTI****

*INDEX: 105 vs. total

** INDEX: 126 vs. total

Perfil do Shopper Saudável

50,6%

3 a 4 componentes

49,5% do Gasto vs
Média Painel



57,8%
Sem crianças

54,8% do Gasto vs
Média Painel



50,7%
NSE Alto

41,5% do Gasto vs
Média Painel



51,9%

Resp. pela compra 51+ anos

48,2% do Gasto vs Média Painel



O QUE AINDA PODEMOS ESPERAR PARA ESTE ANO?



UM NOVO PADRÃO DE CONSUMO DO BRASILEIRO ESTÁ SE CONSOLIDANDO ESTE ANO

CONSCIÊNCIA ORÇAMENTÁRIA



PLANEJAMENTO

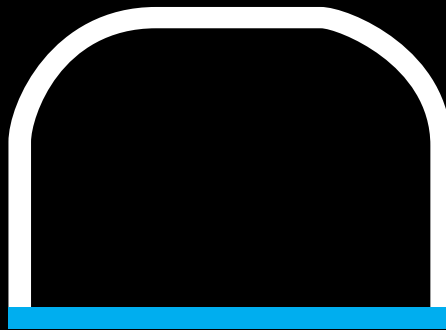
Consumidores aprenderam com a crise, então se preparam para as compras...

PRÉ-COMPRA

LISTA por canal com os itens a comprar

DURANTE A COMPRA

No PDV, busca por **PROMOÇÕES NOS FOLHETOS**



EXPERIMENTAÇÃO



Consumidor está aberto à **EXPERIMENTAR** novas marcas

Busca marcas com melhor **CUSTO-BENEFÍCIO** e, quando possível, **VALOR AGREGADO ACESSÍVEL**

Aumenta a demanda por **PRODUTOS SAUDÁVEIS**