

Relatório com os lançamentos mundiais de Embalagem em 2011

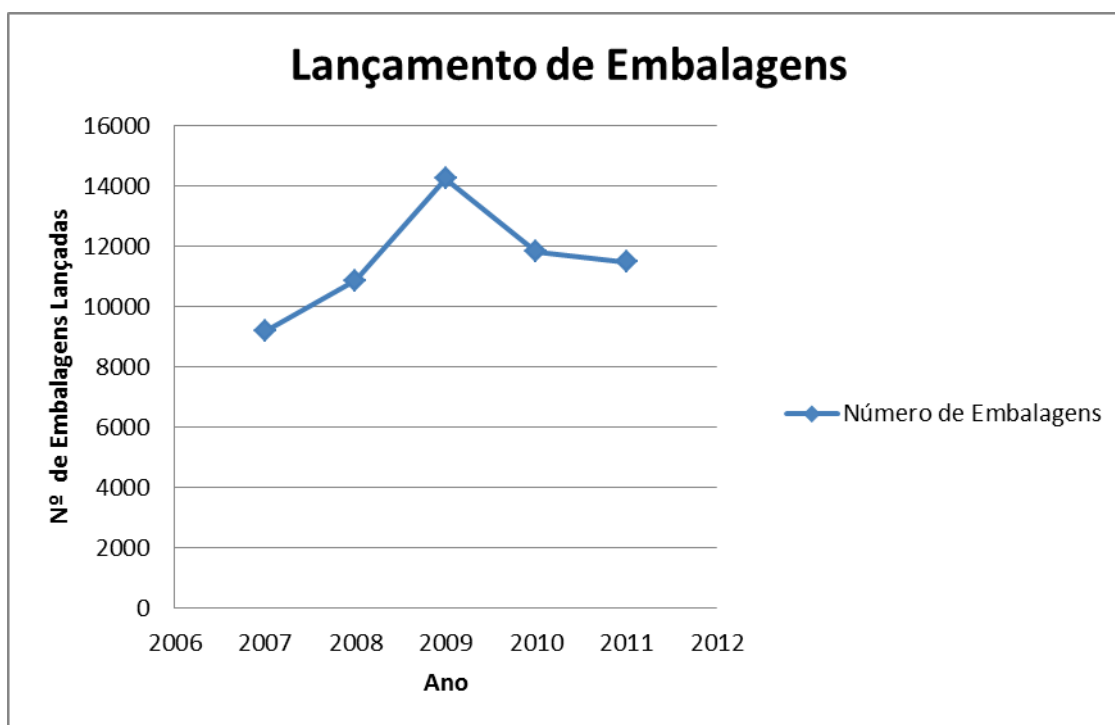
Mundo janeiro a dezembro de 2011

Pesquisa feita com base numa amostra de **257.496** embalagens lançadas no ano de 2011.

No mesmo período, no ano de 2010, foram lançadas **264.364** embalagens. Houve um decréscimo de 6868 unidades no lançamento de embalagens, comparando o ano de 2010, com o ano de 2011. Este valor corresponde a uma queda de **2,6%** no lançamento de embalagens nos mesmos períodos citados anteriormente.

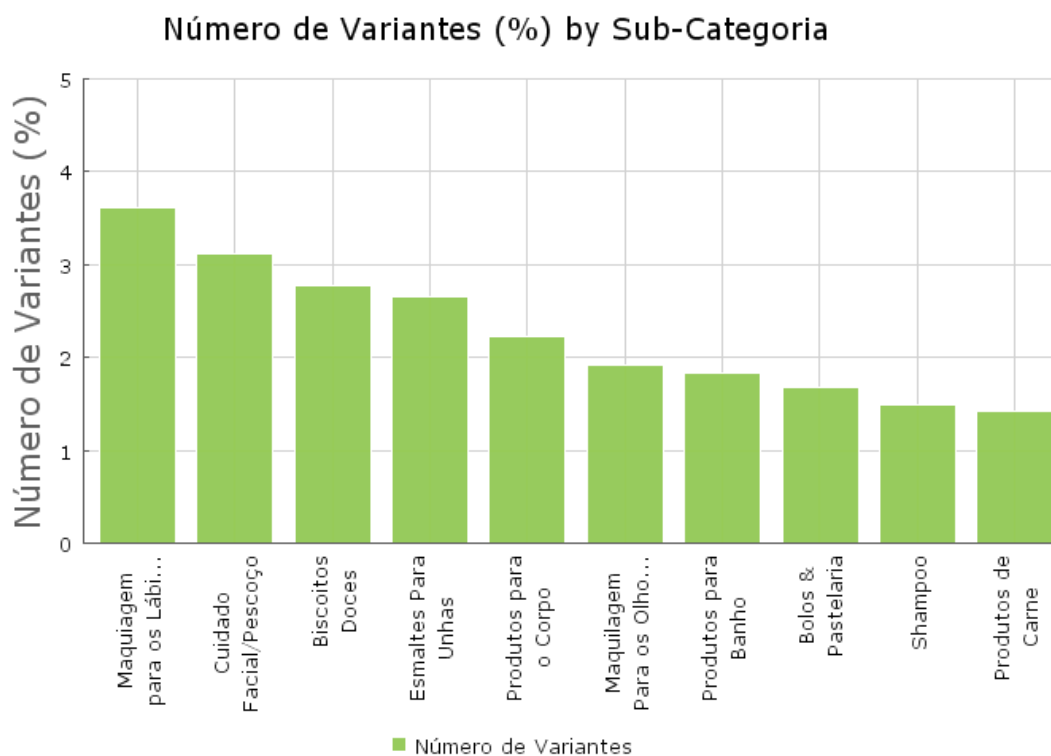
Ficam evidenciados neste gráfico os efeitos da crise dos mercados globais, uma vez que o consumo de embalagens é um dos parâmetros que nos permitem avaliar o nível de atividade econômica.

- **Evolução do lançamento de embalagens nos últimos cinco anos.**



FONTE – GNPD Mintel

- **Categorias que mais lançaram embalagens em 2011.**



Sub-Categoria	Número de Variantes (%)
Maquiagem para os Lábios - Cor	3.6
Cuidado Facial/Pescoço	3.1
Biscoitos Doces	2.8
Esmaltes Para Unhas	2.7
Produtos para o Corpo	2.2
Maquiagem Para os Olhos - Sombra	1.9
Produtos para Banho	1.8
Bolos & Pastelaria	1.7
Shampoo	1.5
Produtos de Carne	1.4

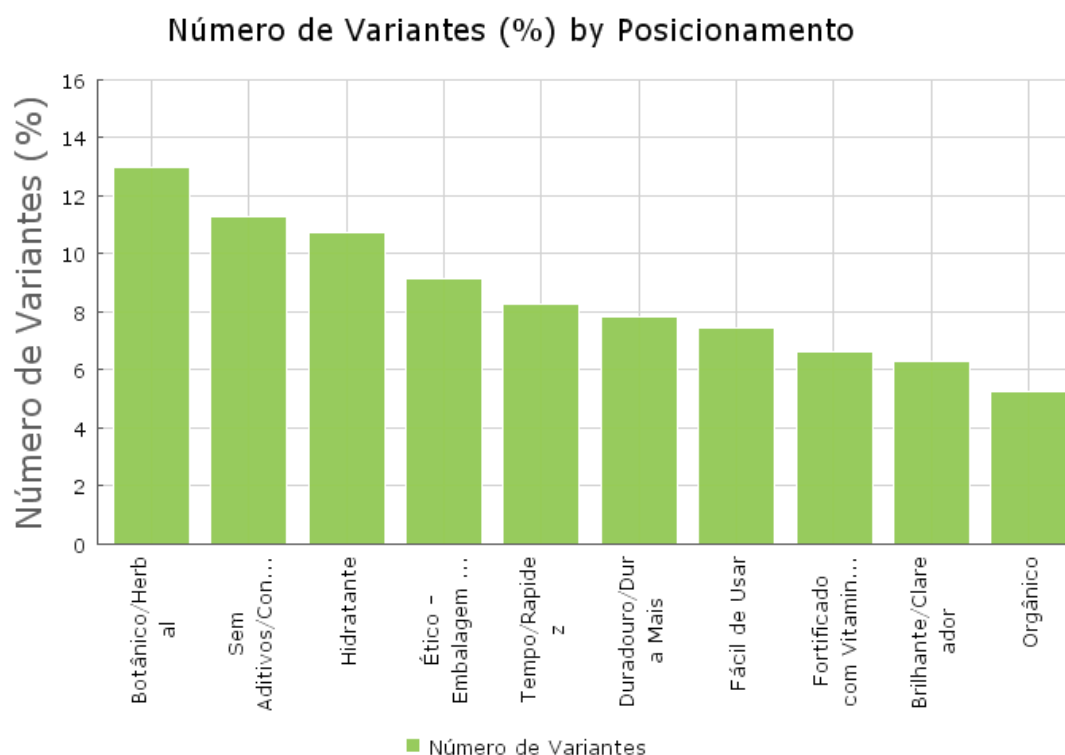
FONTE – GNPD Mintel

Mais uma vez observamos a preponderância das mulheres nos lançamentos mundiais de embalagem onde os cosméticos responderam por 7 das 10 categorias com maior número de lançamentos.

Esmalte para unhas foi o destaque do período como categoria que mais cresceu em lançamentos. Isso demonstra que está havendo uma onda fashion relacionada a pintura das unhas.

A volta dos produtos de carne aos Top Ten em lançamentos, indica que esta categoria assumiu uma dinâmica de marketing mais agressiva em lançamentos de novas embalagens e ganhou força no mercado, especialmente os snacks de carne frios, embutidos e alimentos prontos de carne.

- **Posicionamento mais adotados nos lançamentos de novas embalagens lançadas em 2011.**



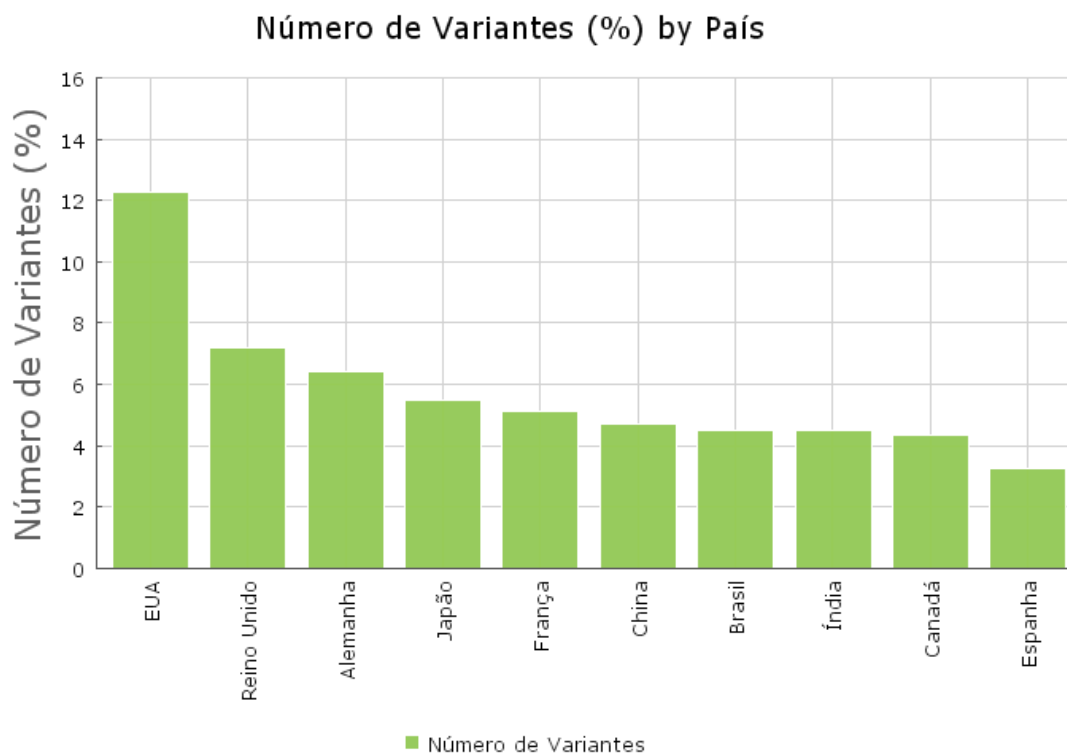
Posicionamento	Número de Variantes (%)
Botânico/Herbal	13
Sem Aditivos/Conservantes	11.3
Hidratante	10.7
Ético - Embalagem Biodegradável	9.1
Tempo/Rapidez	8.3
Duradouro/Dura Mais	7.9
Fácil de Usar	7.4
Fortificado com Vitaminas e Minerais	6.6
Brilhante/Clareador	6.3
Orgânico	5.3

FORNE – GNPD Mintel

O posicionamento destacado nas embalagens evidencia os apelos que os fabricantes consideram atrativos para os consumidores ou as preocupações que estes consumidores tem e os produtos precisam atender.

Mais uma vez, a naturalidade dos produtos está destacada no item “sem aditivos/conservantes”. Também se destaca a preocupação com produtos éticos e biodegradáveis.

- Países que mais lançaram embalagens em 2011.

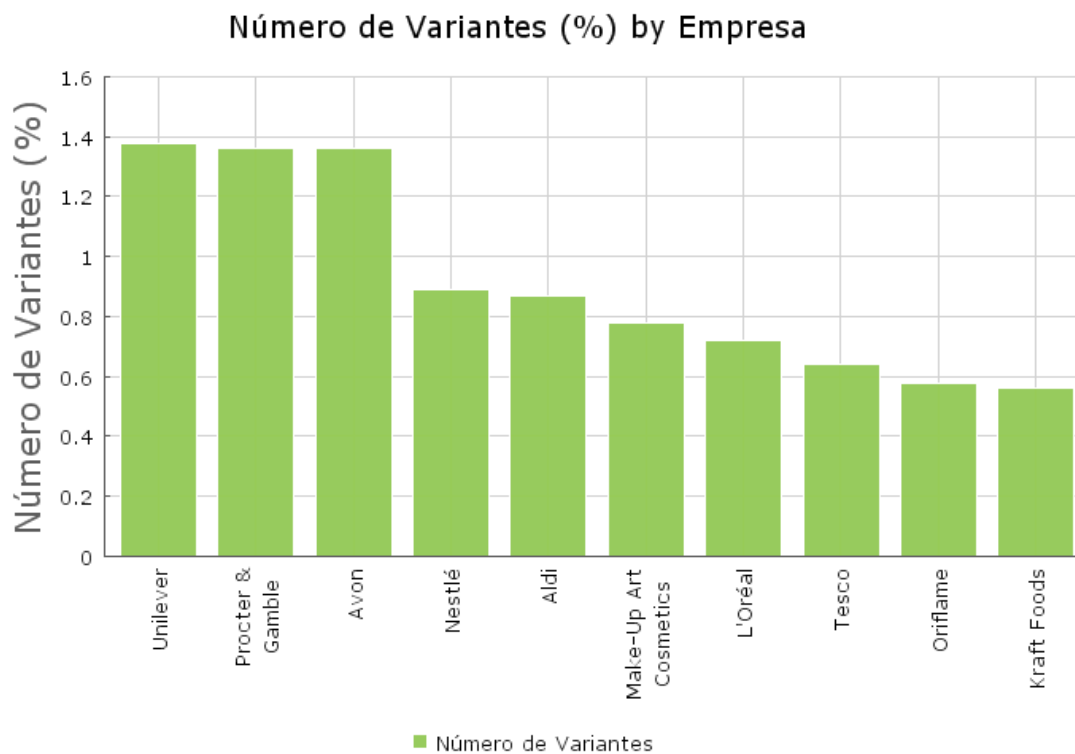


País	Número de Variantes (%)
EUA	12.3
Reino Unido	7.2
Alemanha	6.4
Japão	5.5
França	5.1
China	4.7
Brasil	4.5
Índia	4.5
Canadá	4.4
Espanha	3.2

FONTE – GNPD Mintel

A Alemanha foi o país que mais cresceu em participação nos lançamentos. Já o Brasil, caiu mais uma posição em 2011 e agora ocupa a 7ª posição no ranking dos países que mais lançaram embalagens em 2011.

- **Empresas que mais lançaram embalagens em 2011.**



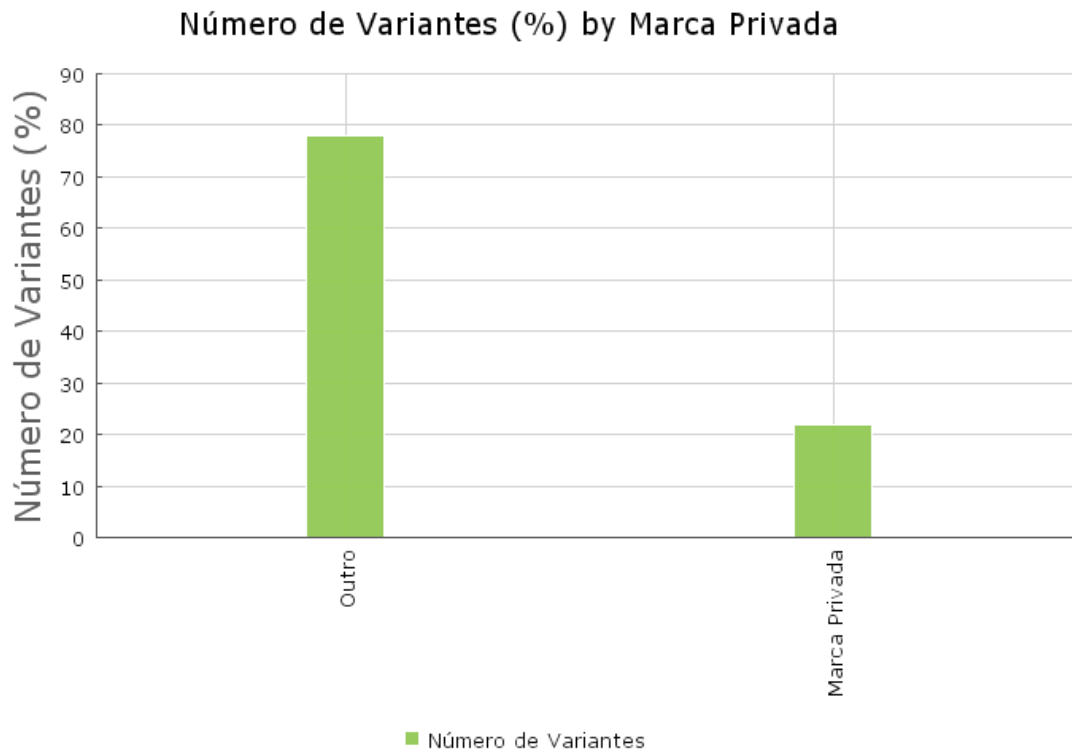
Empresa	Número de Variantes (%)
Unilever	1.4
Procter & Gamble	1.4
Avon	1.4
Nestlé	0.9
Aldi	0.9
Make-Up Art Cosmetics	0.8
L'Oréal	0.7
Tesco	0.6
Oriflame	0.6
Kraft Foods	0.6

FONTE – GNPD Mintel

Aqui se confirma o destaque para o lançamento de cosméticos com a presença de grandes marcas deste setor no grupo das empresas que mais lançaram embalagens no mundo em 2011.

O destaque vai para a Unilever que assumiu a liderança do ranking.

- **Porcentagem de marcas privadas que lançaram embalagens em 2011.**



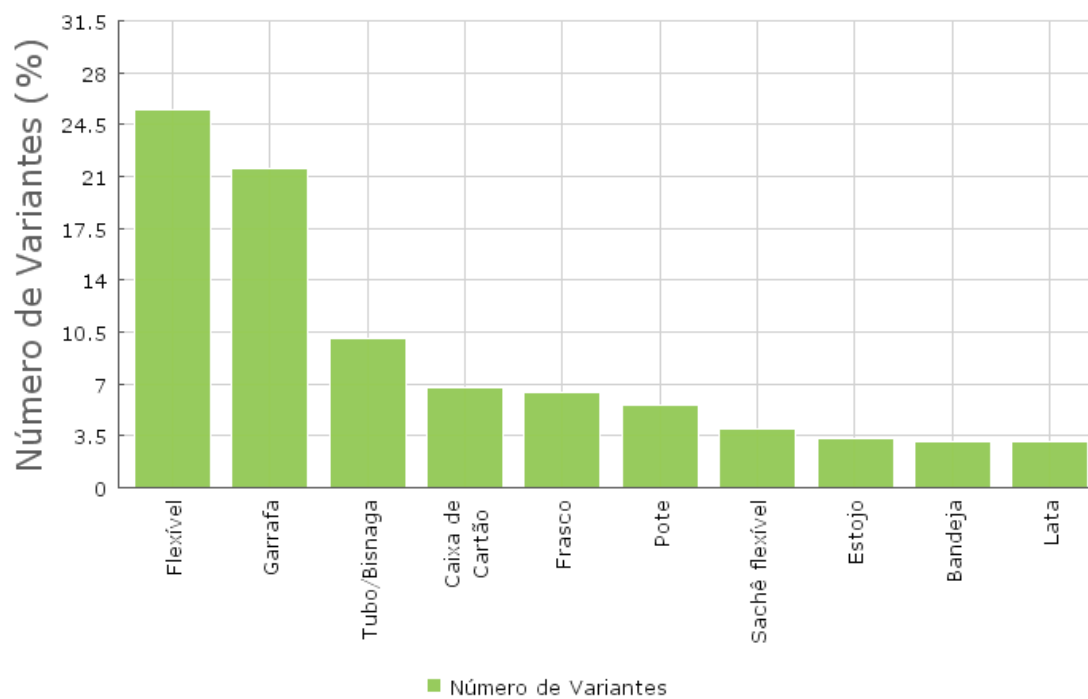
Marca Privada	Número de Variantes (%)
Outro	78.1
Marca Privada	21.9

FONTE – GNPD Mintel

A marca própria manteve o mesmo percentual de participação nos lançamentos 2011

- **Tipo de embalagem mais utilizado nas embalagens lançadas em 2011.**

Número de Variantes (%) by Tipo de Embalagem (Detalhado)



Tipo de Embalagem (Detalhado)	Número de Variantes (%)
Flexível	25.5
Garrafa	21.5
Tubo/Bisnaga	10.1
Caixa de Cartão	6.8
Frasco	6.4
Pote	5.6
Sachê flexível	3.9
Estojo	3.3
Bandeja	3.1
Lata	3.1

FONTE – GNPD Mintel

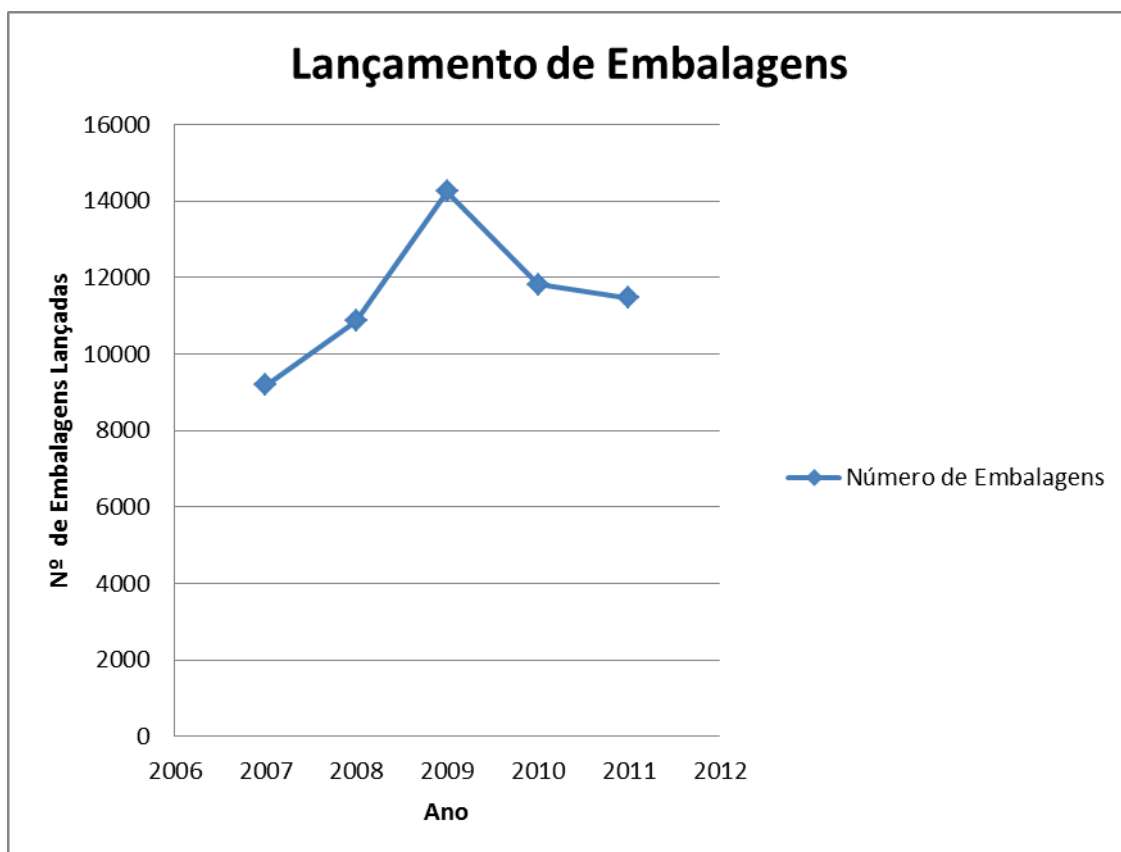
As embalagens flexíveis mantiveram a liderança como tipo de embalagem mais adotada nos lançamentos de 2011 superando definitivamente a garrafa de plástico e vidro.

Lançamentos de embalagens no Brasil em 2011

Pesquisa feita com base em uma amostra de dados de **11.475** embalagens lançadas no Brasil, no ano de 2011.

No ano de 2010 foram lançadas **11.820** embalagens. Houve um decréscimo de 345 unidades no lançamento de embalagens, comparando o ano de 2010, com o ano de 2011. Este valor corresponde a uma redução de **2,92%** no lançamento de embalagens nos mesmos períodos citados anteriormente.

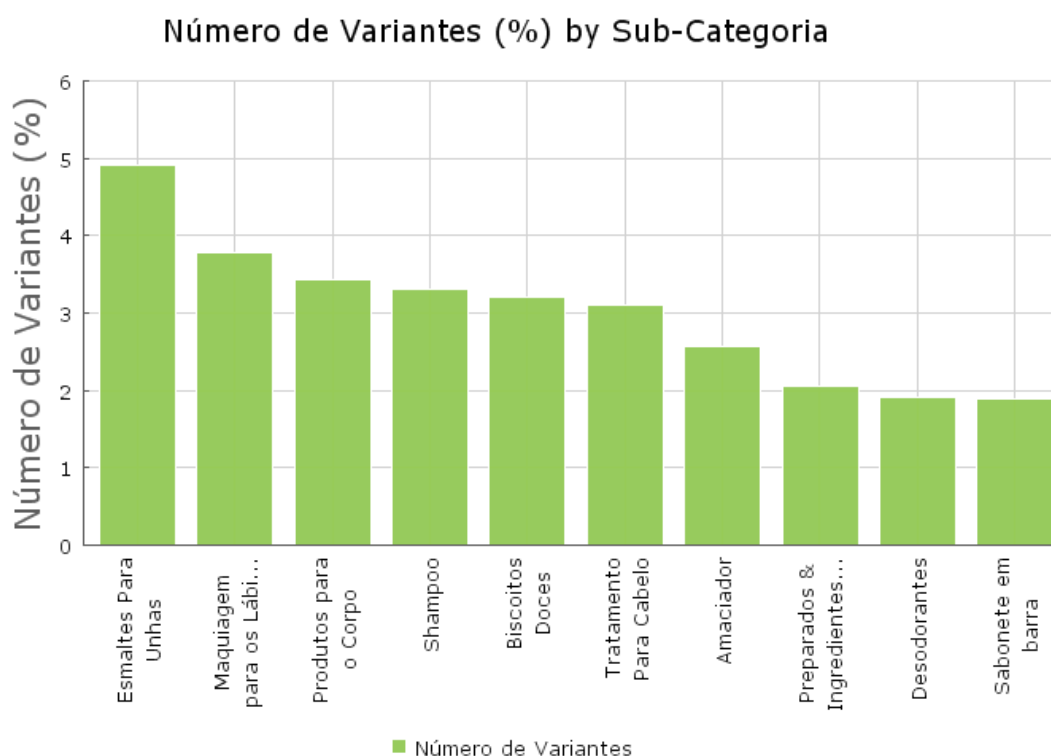
- Evolução do lançamento de embalagens nos últimos cinco anos.



FONTE – GNPD Mintel

O quadro no Brasil é praticamente igual ao que mostra os lançamentos no mundo em 2011

- **Categorias que mais lançaram embalagens no Brasil em 2011.**



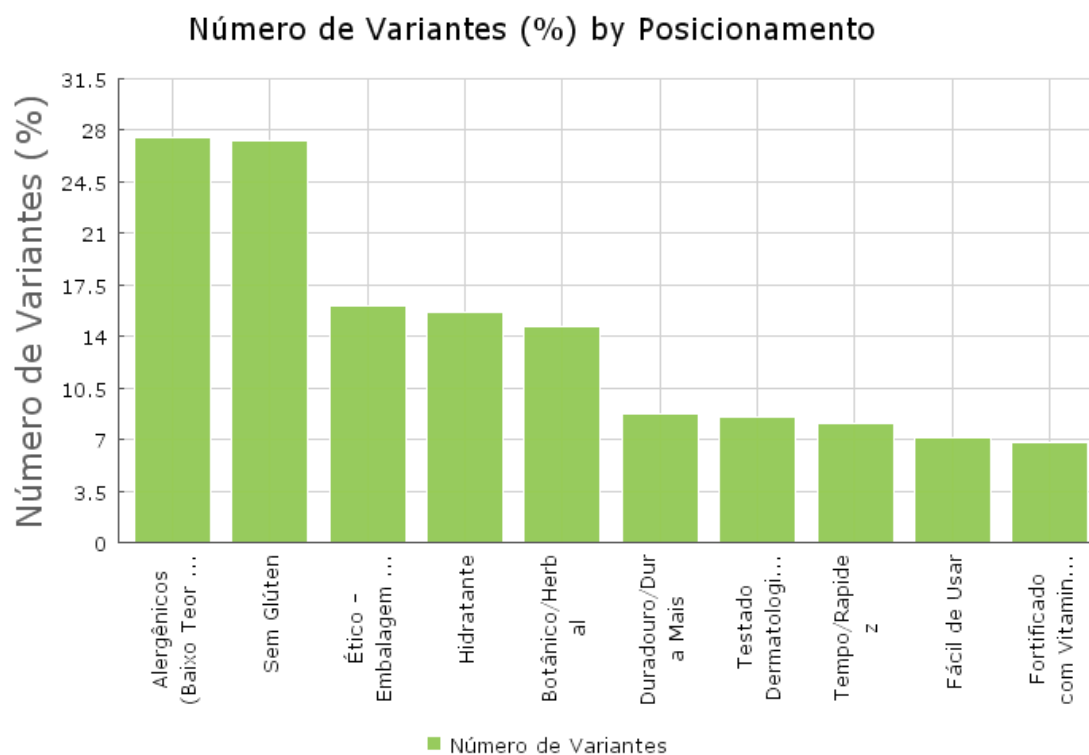
Sub-Categoria	Número de Variantes (%)
Esmaltes Para Unhas	4.9
Maquiagem para os Lábios - Cor	3.8
Produtos para o Corpo	3.4
Shampoo	3.3
Biscoitos Doces	3.2
Tratamento Para Cabelo	3.1
Amaciante de roupas	2.6
Preparados & Ingredientes para Padaria	2
Desodorantes	1.9
Sabonete em barra	1.9

FONTE – GNPD Mintel

No Brasil também são 7 as categorias de cosméticos entre as 10 com maior número de lançamentos.

O destaque vai para esmalte para unhas que confirmou seu crescimento no último ano. Baton foi a segunda categoria que mais cresceu em 2011.

- Posicionamento mais utilizado nas embalagens lançadas em 2011.

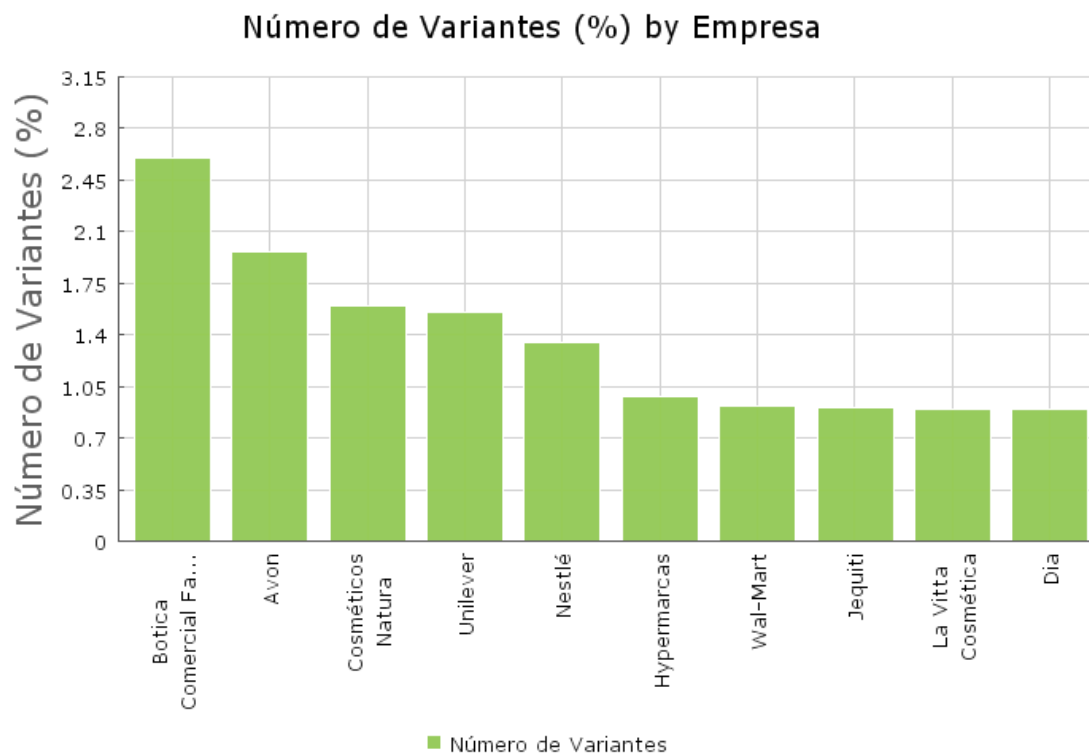


Posicionamento	Número de Variantes (%)
Alergênicos (Baixo Teor De/Reduzido/Sem)	27.5
Sem Glúten	27.2
Ético - Embalagem Biodegradável	16
Hidratante	15.6
Botânico/Herbal	14.6
Duradouro/Dura Mais	8.7
Testado Dermatologicamente	8.6
Tempo/Rapidez	8.1
Fácil de Usar	7.2
Fortificado com Vitaminas e Minerais	6.8

FONTE – GNPD Mintel

Produtos não alergênicos e sem glúten aparecem em destaque nas embalagens brasileiras devido a legislação nacional que exige que estas informações constem nas embalagens.

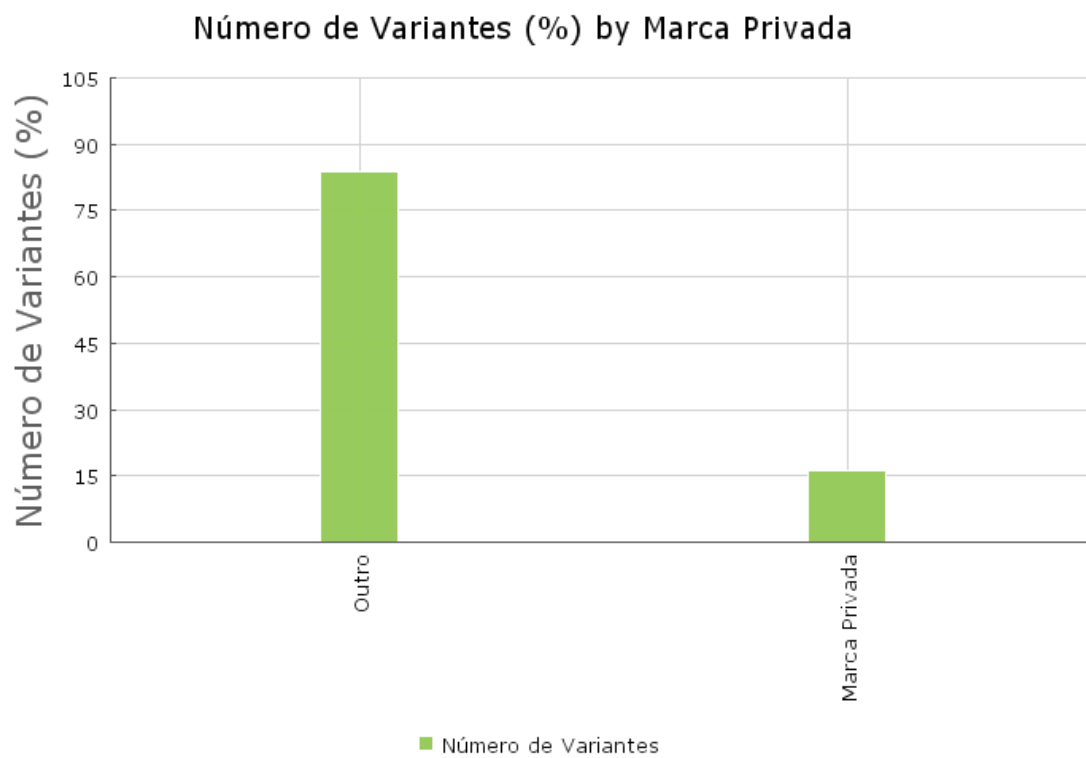
- **Empresas que mais lançaram embalagens em 2011.**



Empresa	Número de Variantes (%)
Botica Comercial Farmacêutica	2.6
Avon	2
Cosméticos Natura	1.6
Unilever	1.6
Nestlé	1.4
Hypermarcas	1
Wal-Mart	0.9
Jequiti	0.9
La Vitta Cosmética	0.9
Dia	0.9

FONTE – GNPD Mintel

- Porcentagem de marcas privadas que lançaram embalagens em 2011.



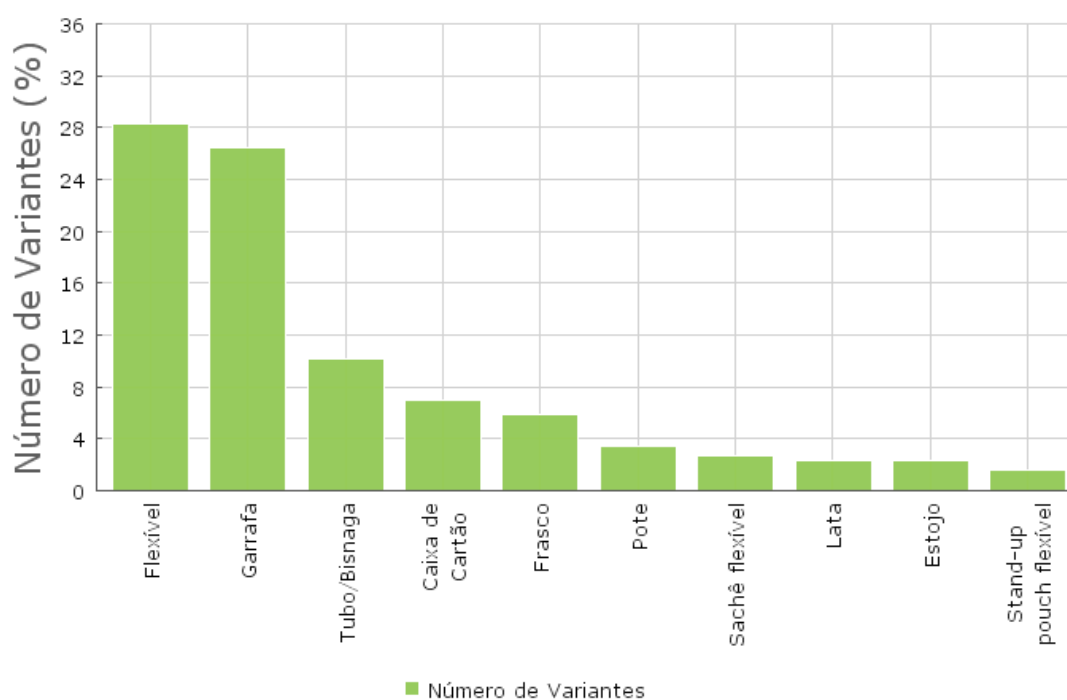
Marca Privada	Número de Variantes (%)
Outro	83.8
Marca Privada	16.2

FONTE – GNPD Mintel

A marca própria no Brasil ainda mantém uma participação menor que sua correspondente mundial.

- **Tipo de embalagem mais utilizado nas embalagens lançadas em 2011.**

Número de Variantes (%) by Tipo de Embalagem (Detalhado)



Tipo de Embalagem (Detalhado)	Número de Variantes (%)
Flexível	28.2
Garrafa	26.4
Tubo/Bisnaga	10.2
Caixa de Cartão	7
Frasco	5.9
Pote	3.4
Sachê flexível	2.7
Lata	2.4
Estojo	2.3
Stand-up pouch flexível	1.6

FONTE – GNPD Mintel

O Brasil segue o padrão internacional nos tipos de embalagem mais adotadas nos lançamentos 2011

CONCLUSÕES

2011 não foi um bom ano para o lançamento de novas embalagens.

Os lançamentos expressam a dinâmica de marketing das empresas e está deprimido porque os lançamentos tem um prazo de maturação de alguns meses e acabam repercutindo o grau de expectativa que estas empresas tem em relação ao mercado.

No Brasil não foi diferente e o número de lançamentos caiu em 2011.

O grande destaque do ano foi o esmalte para unhas que assumiu a liderança nos lançamentos nacionais e alcançou a quarta posição nos lançamentos mundiais mostrando que este produto assumiu um condição realmente fashion no mercado.

Produtos para cabelo que lideravam o ranking do Brasil perderam posição inclusive para o baton mostrando que a dinâmica de marketing destas duas categorias líderes (esmalte e baton) está mais consistente.



Fábio Mestriner, Prof.
Coordenador Acadêmico de Pós-Graduação
Núcleo de Estudos da Embalagem
(11) 5081-8227 | www.espm.br



ESPM

**Núcleo de Estudos
da Embalagem**

O Laboratório de Monitoramento Global de Embalagem ESPM
utiliza a Ferramenta GNPD da Mintel



**Laboratório de
Monitoramento **ESPM**
Global de Embalagem**