

# Relatório com os lançamentos mundiais de Embalagem Primeiro Trimestre 2012

## Mundo - janeiro a março de 2012

Pesquisa feita com base numa amostra de **76106** embalagens lançadas no ano de 2012.

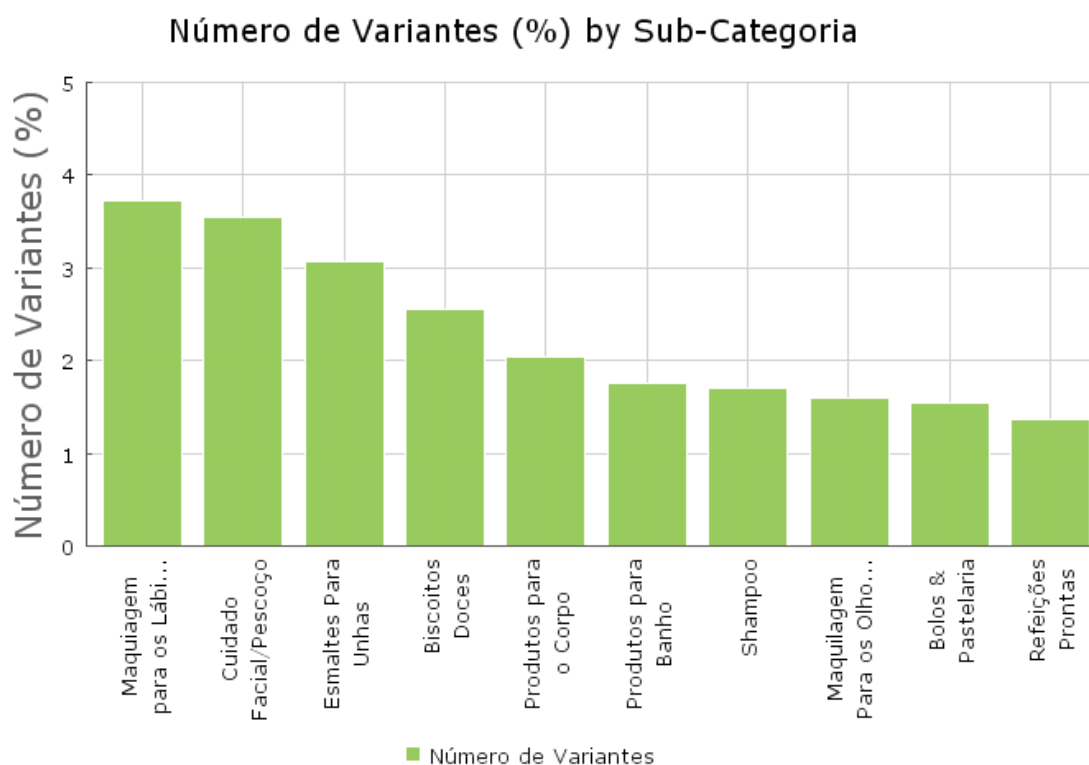
No mesmo período, no ano de 2011, foram lançadas **65668** embalagens. Houve um **acréscimo de 10438** unidades no lançamento de embalagens, comparando o ano de 2011, com o ano de 2012. Este valor corresponde a um acréscimo de **15,9%** no lançamento de embalagens no mesmo período do ano anterior.

Depois de uma queda de 2,6% nos lançamentos do ano de 2011 em relação a 2010, os lançamentos mundiais de embalagem voltaram a crescer.

Isto reflete uma nova dinâmica de marketing no ano que se inicia.

FONTE Laboratório de Embalagem ESPM –com base em dados do GNPD - Mintel

- **Categorias que mais lançaram embalagens no 1º trimestre de 2012.**



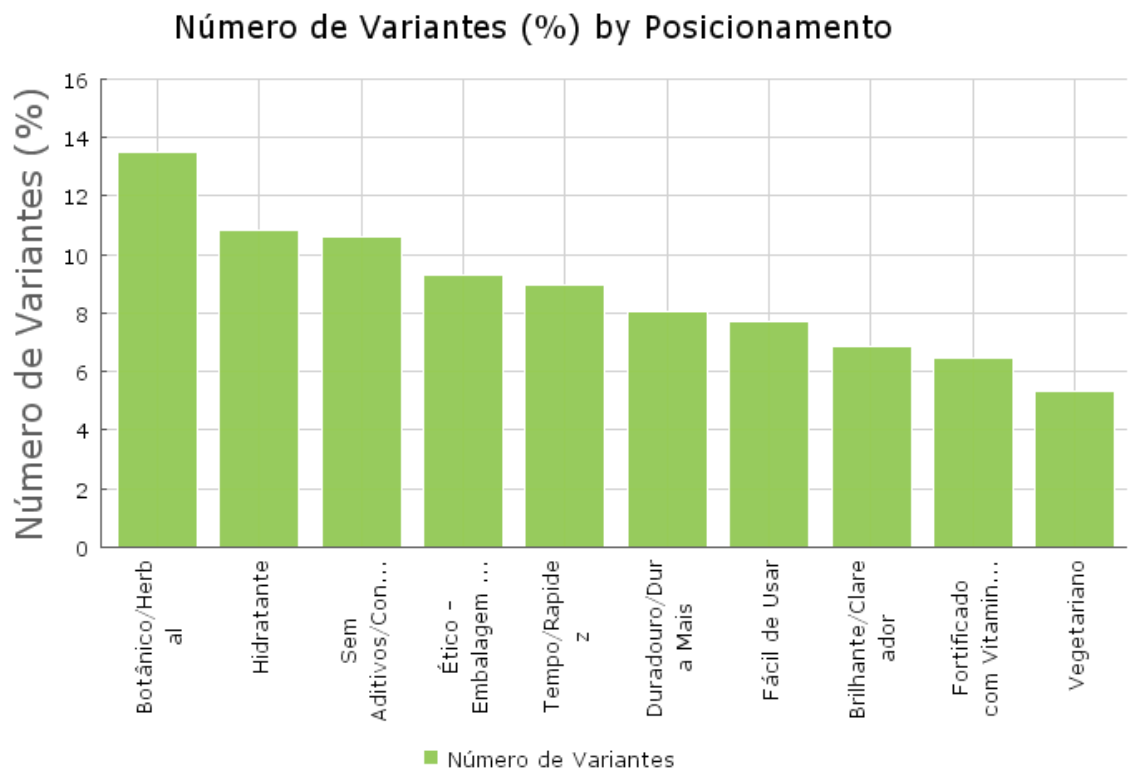
FONTE – GNPD Mintel

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, ultrapassando os até então invencíveis biscoitos doces que são consumidos por todos os públicos, especialmente as crianças. Isso demonstra que está havendo uma onda fashion relacionada a pintura das unhas.

A volta das refeições prontas aos Top Ten, indica que esta categoria assumiu uma dinâmica de marketing mais agressiva em lançamentos de novas embalagens e ganhou força no mercado, especialmente os sanduiches prontos, e alimentos prontos congelados.

- **Posicionamento mais adotados nos lançamentos de novas embalagens lançadas no 1º trimestre de 2012.**

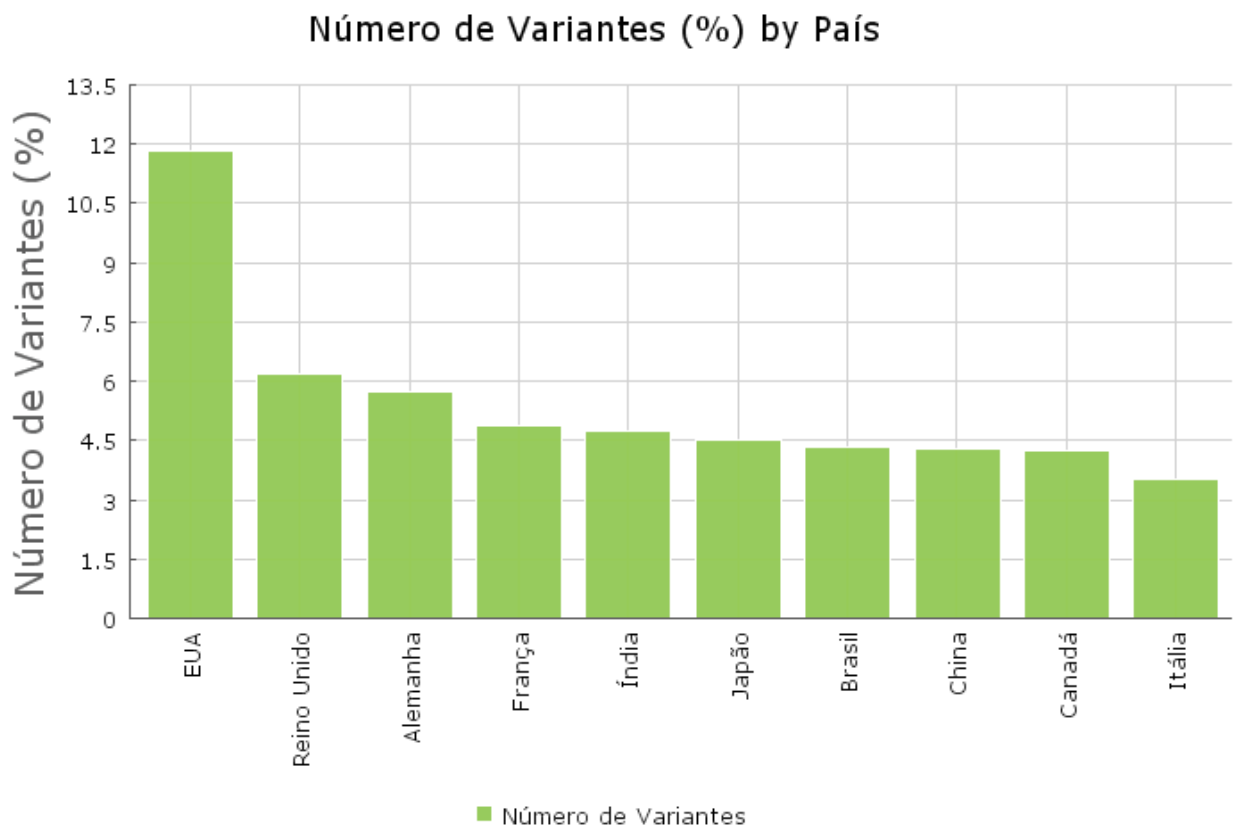


O posicionamento destacado nas embalagens evidencia os apelos que os fabricantes consideram atrativos para os consumidores ou as preocupações que estes consumidores tem e os produtos precisam atender.

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

A presença dos produtos vegetarianos entre os 10 posicionamentos mais adotados se deve ao ingresso dos supermercados na Índia, o que vem gerando uma onda de lançamentos necessários para abastecer as prateleiras com produtos pré-embalados

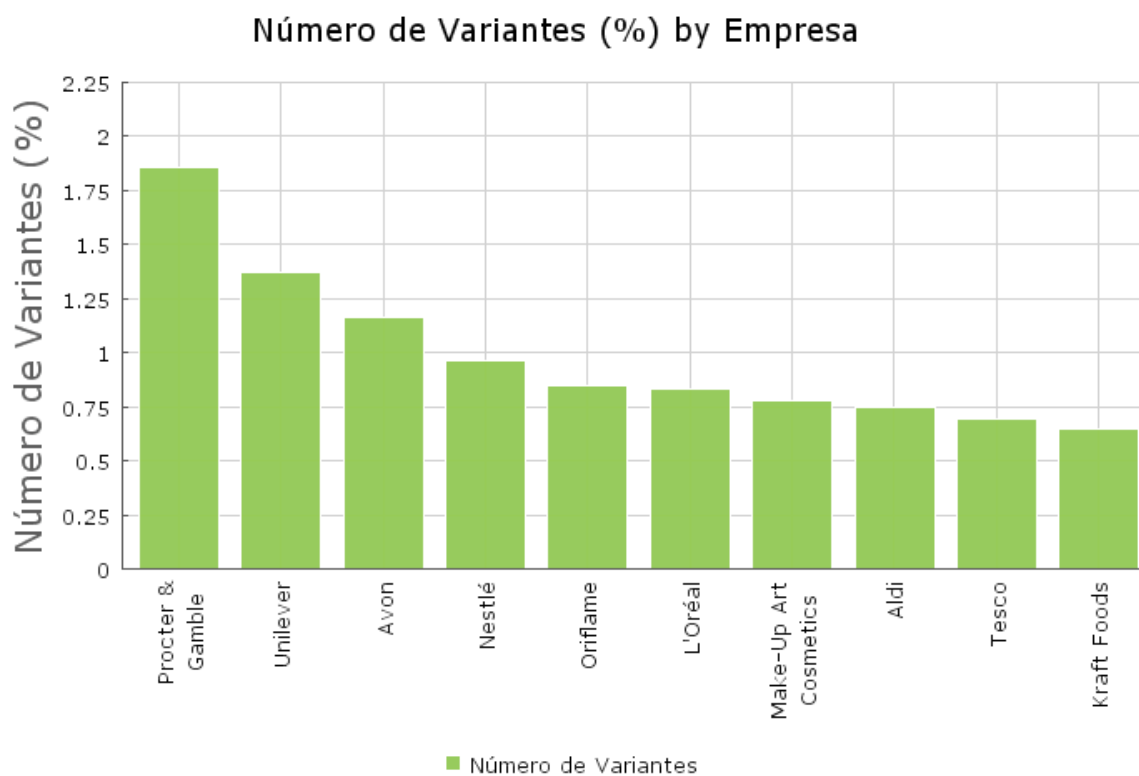
- **Países que mais lançaram embalagens no 1º trimestre de 2012.**
- 



FONTE – GNPD Mintel

A Índia foi o país que mais cresceu em participação nos lançamentos. Com a chegada do WalMart naquele país e a adoção da venda no sistema de auto-serviço, tornou-se necessário pré-embalar os produtos para expô-los nas gôndolas dos novos supermercados. 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. Antes da crise de 2008, os EUA respondiam por 18% dos lançamentos mundiais, agora respondem por menos de 12%

## Empresas que mais lançaram embalagens no 1º trimestre de 2012.



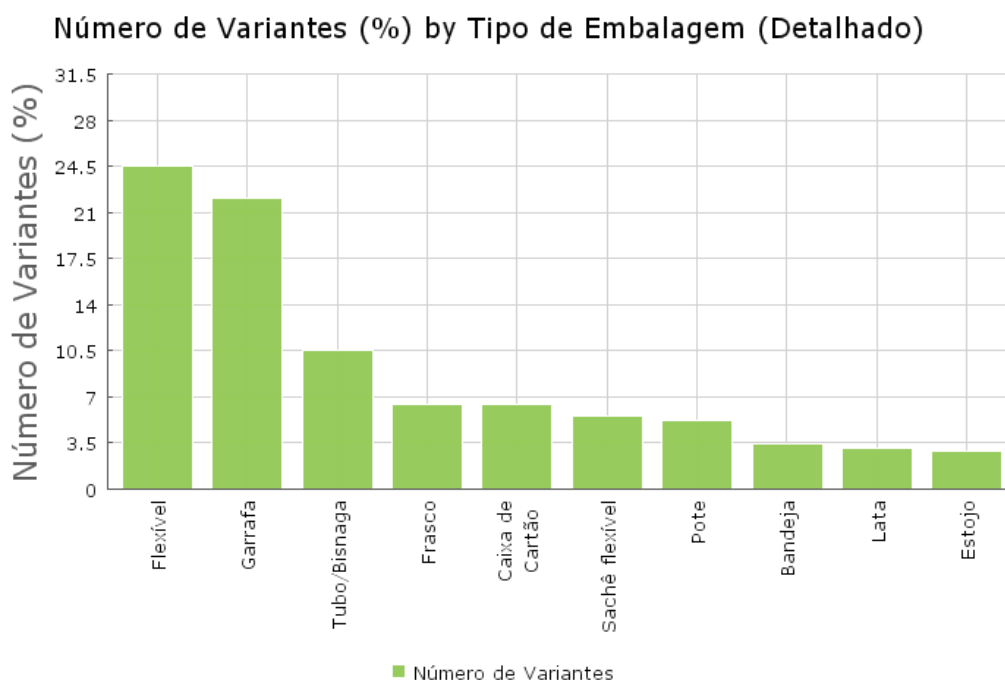
FONTE – GNPD Mintel

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.

## Participação das marcas próprias nos lançamentos do 1º trimestre - 2012.

As marcas próprias responderam por **23,9%** dos lançamentos mundiais de embalagem no 1º trimestre de 2012. Um crescimento de 2% em relação a participação que detinha no ano de 2011

## Tipo de embalagem mais utilizado nas embalagens no 1º trimestre 2012.



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. Isso se deve a capacidade que este tipo de embalagem tem de participar em um número maior de categorias de produto.

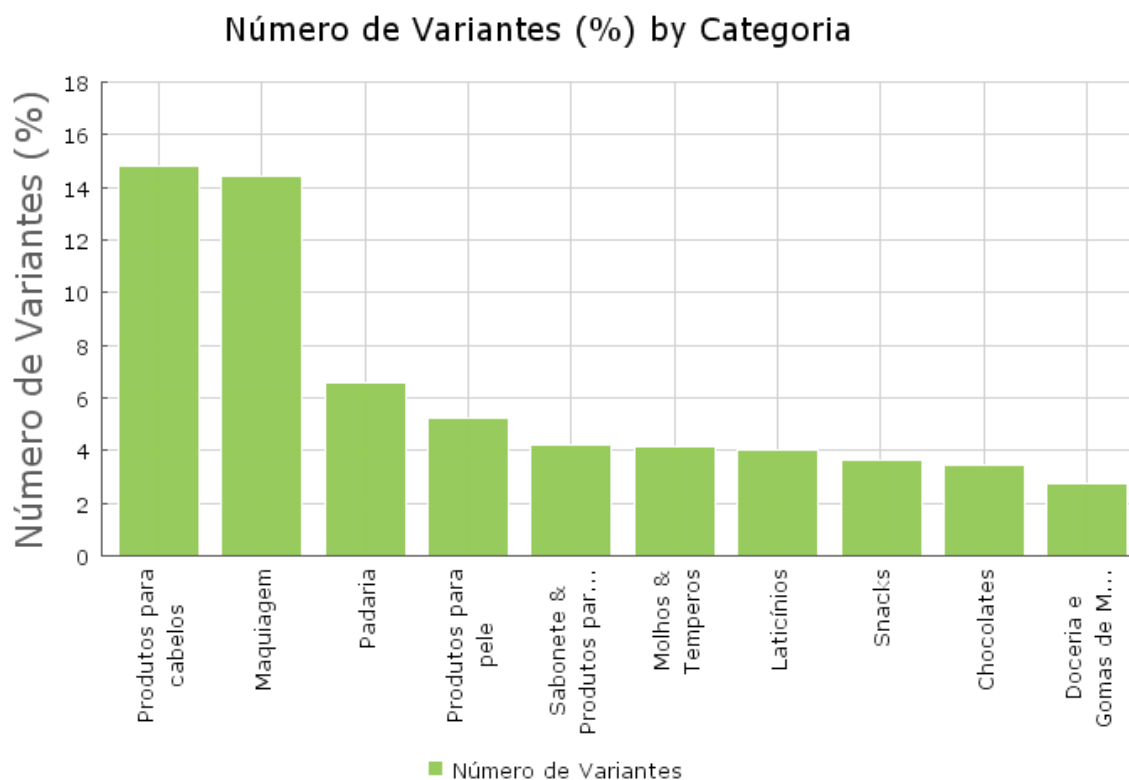
## Lançamentos de embalagens no Brasil no primeiro trimestre de 2012

Pesquisa feita com base em uma amostra de dados de **3307** embalagens lançadas no Brasil, no ano de 2011.

No ano de **2011** foram lançadas **2849** embalagens. Houve um **acréscimo de 458** unidades no lançamento de embalagens, comparando o ano de **2011**, com o ano de **2012**. Este valor corresponde a um aumento de **16,1%** nos lançamentos de embalagens no mesmo período do ano anterior.

Depois de sofrer uma queda de 2,92% em 2011 os lançamentos no Brasil voltam a crescer indicando que o ano começou de forma mais ativa, com as empresas colocando seus lançamentos na rua de forma mais intensa.

## Categorias que mais lançaram embalagens no Brasil no 1º trimestre

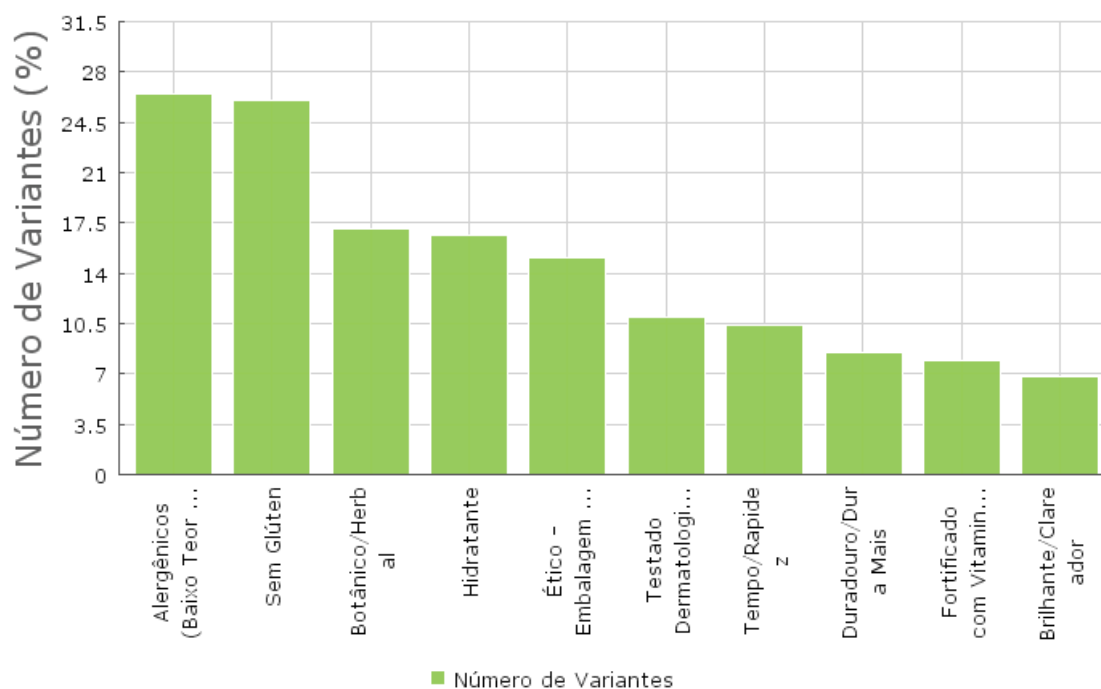


FONTE – GNPD Mintel

No Brasil os cosméticos que detiveram 7 das categorias entre as 10 com maior número de lançamentos, caíram para 4 categorias entre as 10. Os alimentos responderam por 6 categorias, com destaque para o chocolate que disparou devido a pascoa.

## Posicionamentos mais adotados nas embalagens no Brasil no 1º trimestre de 2012.

Número de Variantes (%) by Posicionamento

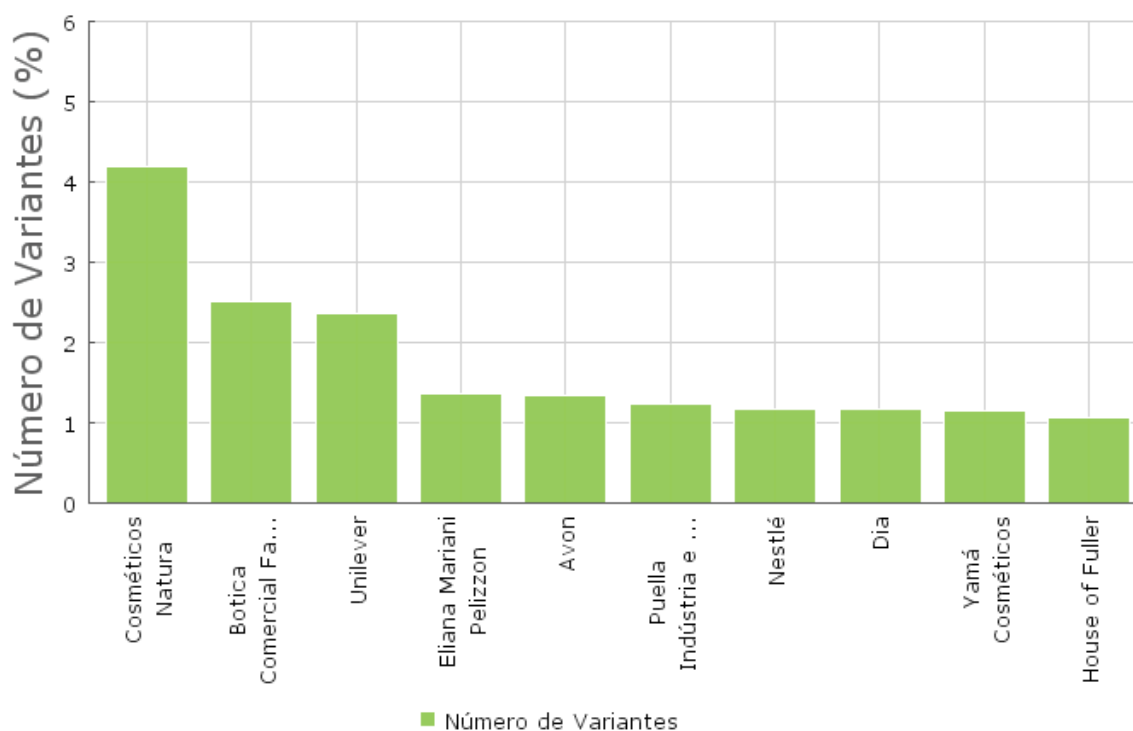


FONTE – GNPd Mintel

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

**Empresas que mais lançaram embalagens no Brasil no 1º trimestre de 2012.**

### Número de Variantes (%) by Empresa



FONTE – GNPD Mintel

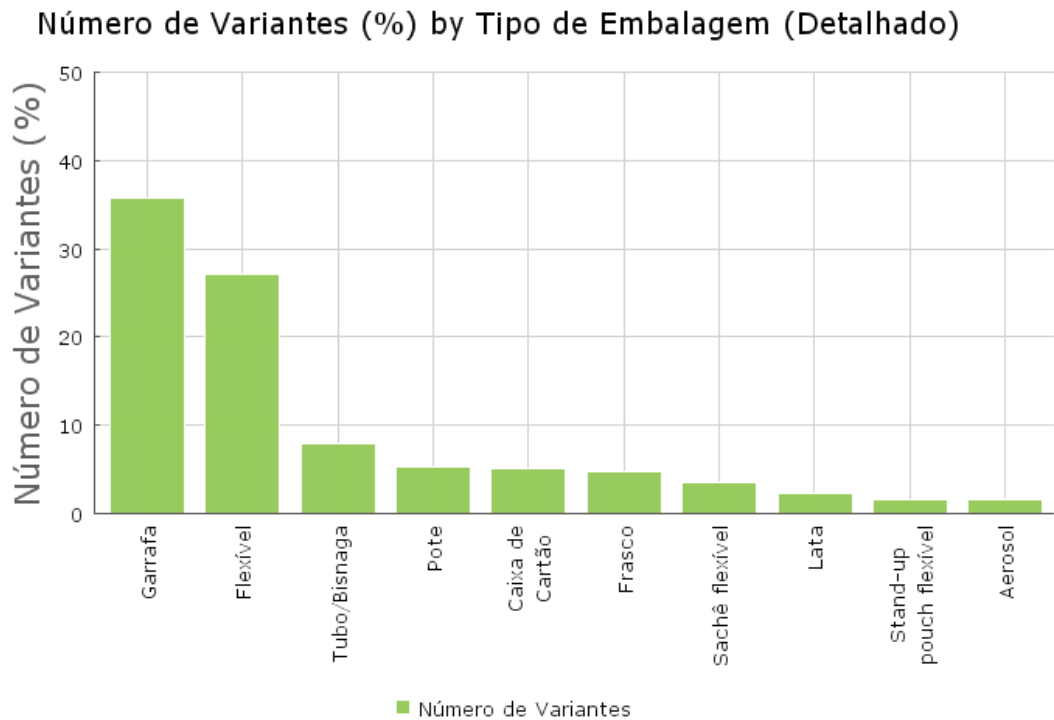
Natura e Boticário lideraram os lançamentos no 1º trimestre. Os cosméticos continuam sendo a categoria com maior número de lançamentos, tanto no Brasil como no mundo.

### Participação da marca própria nos lançamentos de embalagens no Brasil no 1º trimestre de 2012.

A marca própria no Brasil ainda mantém uma participação menor que sua correspondente mundial. No primeiro trimestre de 2012 ela respondeu por **18,2%** dos lançamentos de novas embalagens no Brasil.



## Tipo de embalagem lançada mais utilizado no Brasil no 1º trimestre de 2012.



FONTE – GNPD Mintel

Ao contrário do que ocorre no mundo, no Brasil a garrafa ainda lidera os lançamentos como o tipo de embalagem mais adotada. Isto se deve a força dos cosméticos, e das bebidas em nosso mercado.

## CONCLUSÕES

2012 inicia de forma positiva no que se refere aos lançamentos de embalagem. Isto indica que uma dinâmica de marketing mais forte vem sendo implementada pelas empresas que estão tirando seus lançamentos das gavetas e colocando novas embalagens no mercado.

Os lançamentos expressam essa dinâmica de marketing das empresas demonstram de maneira clara que as empresas enxergam o ano com mais otimismo depois de terem tido um ano negativo em termos de lançamentos.

No Brasil o ritmo segue semelhante e até um pouco superior ao que ocorreu no mundo, impulsionado pela expectativa que um ano eleitoral sempre traz de novos investimentos que irrigam a economia com o dinheiro arrecadado pelos impostos.

O grande destaque do ano foi o esmalte para unhas que superou biscoitos doces nos lançamentos mundiais mostrando que este produto assumiu uma condição realmente fashion no mercado.

Produtos para cabelo que lideravam o ranking do Brasil mantiveram sua posição como categoria líder em lançamentos, confirmando a importância que tem os cabelos na apresentação pessoal dos brasileiros.

Relatório elaborado por:



Fábio Mestriner, Prof.

Coordenador Acadêmico de Pós-Graduação  
Núcleo de Estudos da Embalagem  
(11) 5081-8227 | [www.espm.br](http://www.espm.br)



**Laboratório de  
Monitoramento ESPM  
Global de Embalagem**

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



**ESPM**

**Núcleo de Estudos  
da Embalagem**