

CENTROMARCA
MARCAS ORIGINAIS

8º COLÓQUIO NACIONAL DO MILHO
18 DE FEVEREIRO DE 2016
HOTEL AÇORES ATLÂNTICO
PONTA DELGADA | AÇORES

MERCADO DO LEITE:
E EM PORTUGAL?
Pedro Pimentel

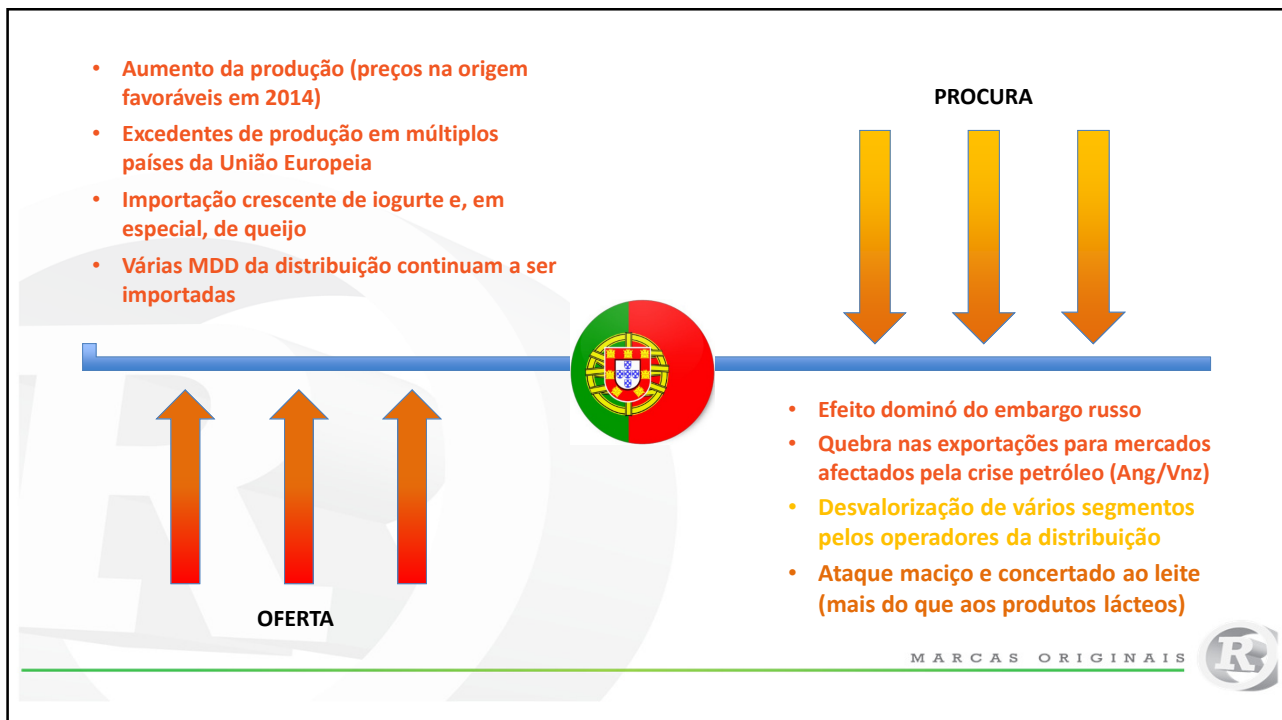
- Programas integrados de substituição de importações e desenvolvimento produção
- Melhoramentos genéticos e ao nível da saúde animal
- Crescimento da produção em zonas não tradicionais
- Desregulação da produção leiteira na União Europeia

OFERTA

PROCURA

- Desaceleração do crescimento das economias emergentes
- Desaceleração da taxa de natalidade em países como a China, Índia e Indonésia
- Embargo russo aos produtos de origem animal da UE
- Crescimento do consumo de produtos concorrentes ou substitutos

MARCAS ORIGINAIS



Os LÁCTEOS são a única família de produtos com uma penetração em 100% dos Lares

Depois de um período de 3-4 anos em que todas as famílias de produtos perderam vendas, numa primeira fase em valor, numa segunda em valor e volume, em 2015:

- os LÁCTEOS são a única família de produtos a perder vendas
- a MDD perde mais de 4pp de quota em volume e 3pp em valor
- a MDF recupera algum espaço (mais em volume do que em valor)

Apesar disso, a família dos LÁCTEOS foi a que mais incrementou o esforço promocional no ano recém-terminado

- mais 10€ de produtos em promoção (32€ ⇒ 42€) em cada 100€ de lácteos comprados
- consequência: redução do preço médio em 2% (mas -5% MDF vs apenas -1% MDD)

MARCAS ORIGINAIS



- A diminuição da quota de mercado da MDD foi uma consequência do desenvolvimento do mercado ou foi uma atitude pensada dos operadores da distribuição?
- Porquê reforçar tão fortemente promoções quando a penetração é de 100%?
- Porquê reforçar promoções com um produto cujo PVP (do leite pe) é já tão baixo?
- Com uma forte quebra do consumo, qual foi o efeito prático dessas promoções?
- As promoções conseguiram sequer minimizar a quebra de consumo ?
- Porque é que as promoções incidiram muito mais fortemente nas MDF?
- E porque é que estas foram muito mais penalizadas ao nível de preço médio?
- As promoções geraram vantagem competitiva ou fidelização para produto ou marca?
- Ou geraram apenas maior tráfego nas lojas? E vendas adicionais de outros produtos?

MARCAS ORIGINAIS



- Impacto da MDD no alargamento da oferta (também via importação) foi escasso
- Promoções não tiveram qualquer efeito mobilizador nas vendas
- Saturação promocional (não apenas nos LÁCTEOS)
- Marcas líderes lideraram promoções empurradas pela distribuição (financiamento às acções) e pela reconquista de espaço ocupado pelas 'marcas brancas'
- Resultado:
 - **DESTRUIÇÃO DE VALOR**
 - **BENEFÍCIO PARA DISTRIBUIDORES COMO FACTOR DE ATRACÇÃO ÀS LOJAS**

MARCAS ORIGINAIS



E NÃO HÁ NADA A FAZER?

- **Monitorizar o aumento da Dependência Económica dos fornecedores face à distribuição**
Estudo da AdC já tem seis anos (e com dados de há oito). Há que revê-lo!
- **Escrutinar o aumento 'não transparente' do poder negocial das grandes cadeias**
Reforço de presença no mercado via franchising (por ex. Amanhecer ou Meu Super)
Ausência total de controlo das chamadas Alianças de Compradores (ex. CINDIA)
- **Utilizar os instrumentos legais para promover uma efectiva regulação do mercado**
Dotar as autoridades competentes (ASAE) de meios reforçados de fiscalização
Levar diploma PIRC para além das vendas com prejuízo (práticas abusivas)
- **Mobilizar os operadores para um melhor entendimento, favorável ao consumidor**
Reactivar a PARCA, alargar o seu âmbito e dotá-la de funções renovadas
Consensualizar, pela via da coregulação, um Código de Boas Práticas Comerciais

MARCAS ORIGINAIS



**Mas, então se não é por causa do mercado,
PORQUE É QUE O CONSUMO ESTÁ A QUEBRAR
TÃO FORTEMENTE ?**

MARCAS ORIGINAIS



BEBER LEITE FAZ (MESMO) BEM?

11 razões para deixar de consumir laticínios

Leite: de mocinho a vilão

LEITE - O veneno mortal

O LEITE JÁ NÃO É UMA VACA SAGRADA

9 sinais do seu corpo de que você deve suspender o consumo de leite de vaca

Atenção: crianças não devem beber leite à noite

Evite o leite... pela sua saúde!

As crianças realmente precisam beber leite?

Consumo de bebidas alternativas ao leite disparou 19% num ano

Consumo de bebidas de soja cresce à custa do leite

MARCAS ORIGINAIS



Ministro da Agricultura apela ao consumo de leite

Intolerância ao leite "é moda", diz especialista

A importância e os benefícios do leite nas várias idades

Como responder a quem diz que o leite faz mal?

Os 8 Benefícios do Leite para Saúde

Leite pode evitar uma série de problemas de saúde; saiba como aproveitar todos seus benefícios

Beba leite!: leite faz bem à saúde.

MARCAS ORIGINAIS



- De 2011 a 2014 a redução do orçamento das famílias afectou o consumo dos LÁCTEOS
 - aparentemente mais do que 'Menos', consumiu-se essencialmente 'Mais Barato'
 - o produto que foi mais penalizado por essa via foi, numa 1ª fase, o iogurte
- Mas crise acabou por mascarar, de algum modo, a quebra de consumo dos LÁCTEOS
 - não teria sido normal o consumo resistir melhor à conjuntura económica?
- Em 2015 a guerra mediática ao leite subiu de tom e foi empolada até à exaustão
 - que interesses estão efectivamente por trás desse foco de desinformação?
 - mistura um cocktail 'explosivo' de ignorância, desinformação e ideologia
 - o ataque ao leite tornou-se bandeira de correntes 'médicas' alternativas
- A própria agenda política é favorável a este 'novo' posicionamento do leite
 - ataque ao status quo; ataque aos estilos de vida mais convencionais
 - a política fiscal como arma de arremesso (as alterações ao Código do IVA)

MARCAS ORIGINAIS



**No fundo, conseguiu-se instalar a
dúvida na cabeça do consumidor...**

**Afinal beber leite faz bem ou faz mal?
Benefícios deixaram de ser consensuais**

**Devemos beber leite de vaca? Discussão
faz baixar o consumo**

MARCAS ORIGINAIS



Há que reagir... mas como?

- **Informação**
montar uma 'central-de-informação' para divulgação maciça de informação positiva
- **Educação**
educação nutricional, educação sobre o produto, educação sobre o processo produtivo
- **Comunicação**
campanhas de promoção do consumo, key opinion leaders, role models
- **Lácteos para além do leite**
o estigma incide essencialmente no leite; dar tempo-de-antena aos outros lácteos
- **Adaptar lácteos aos novos tempos**
lactose free, redução açúcar/gordura/sal, lácteos ecológicos, lácteos 'de quinta', eat&go
- **Gerar Glamour**
lácteos na alta gastronomia, elevar o perfil do produtor, queijofilia, circuito de comércio especializado

MARCAS ORIGINAIS

