

Kraft e Danone avançam sobre a Nestlé

Marca suíça ganha a rivalidade da Danone no mercado de leites especiais e da Lacta na categoria de chocolates aerados



Bubbly quer 20% do setor de chocolates aerados, liderado pelo Sufclair, da Nestlé Crédito: Divulgação

A maior empresa de alimentos do mundo, a Nestlé, não pára de ganhar concorrentes. Somente nesta semana, surgiram dois rivais para a marca suíça. Um deles chega pelas mãos da norte-americana Kraft Foods, que passa a disputar o mercado de chocolates aerados com a marca Bubbly. O chocolate “cheio de bolhas” da centenária Lacta, marca que pertence à Kraft desde 1996, vai brigar com o líder da Nestlé, o Sufclair, com 32 anos de criação. O novo chocolate chega às prateleiras no início de julho com a ambição de abocanhar 20% do mercado ao final do primeiro ano de operação.

A principal inovação do Bubbly é o seu formato repleto de bolhas, que traduz o significado do próprio nome do produto. Com 110 gramas, o tablete lançado recentemente na Austrália e na Inglaterra surge como um convite irresistível para que também o brasileiro siga a assinatura da marca Lacta e “entregue-se”. Apesar de ser o quarto maior produtor mundial de chocolates - atrás dos Estados Unidos, Alemanha e Inglaterra - o Brasil perde no consumo per capita, que gira em torno de 2,2 quilos de chocolate ao ano, segundo a Abicab (Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Amendoim, Balas e derivados), enquanto cada inglês, por exemplo, chega a consumir 10 quilos do alimento no mesmo período.

O outro oponente da Nestlé vem da França. É a Danone, que acaba de anunciar a sua entrada no segmento de leite longa vida premium, avançando sobre um mercado que em 2011 cresceu 54% em volume de vendas na Nestlé, a precursora da categoria. A decisão acirra a rivalidade de ambas as marcas também nos mercados de iogurtes, além de água mineral. De acordo com informações do jornal O Estado de S. Paulo, a investida coloca a Danone num mercado em franca expansão.

Em 2011, o volume das vendas de leites enriquecidos com vitaminas cresceu 31,4%, enquanto o consumo das variantes comuns registrou queda de 0,4%. Os dados da Kantar fornecidos ao Estadão mostram ainda que o consumo de leite de caixinha alcançou 5,7 bilhões de litros no País no ano passado, um avanço que provoca a segmentação do mercado e a consequente atração de novos players que, como a Danone, chegam não só para participar das vendas da categoria como também para reforçar o core business das empresas, no caso da Danone, a fabricação de iogurtes.

Fonte: Meio & Mensagem. [Portal]. Disponível em:

<<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2012/06/18/Kraft-e-Danone-avancam-sobre-a-Nestle-.html>>. Acesso em: 18 jun. 2012.