Veículo: Revista Aditivos & Ingredientes Página: 6 a 8

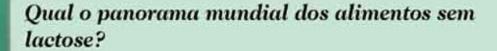
ENTREVISTA

Tiragem: 15600 Seção: *** Data: 01/05/2016

Entrevista: Simone Baroke

O FUTURO DOS PRODUTOS LÁCTEOS SEM LACTOSE

A intolerância alimentar está entre as principais preocupações de saúde dos consumidores de hoje e vem puxando o crescimento de alimentos livres de lactose, ou seja, produtos feitos de leite animal (geralmente de vacas) do qual a lactose foi removida. No entanto, a categoria está cada vez mais sendo superada por alternativas à base de plantas, tais como leite de nozes e cereais. Mas será que isso realmente representa uma ameaça séria à sobrevivência da categoria? Para responder a esta e outras perguntas, a revista Aditivos & Ingredientes entrevistou, com exclusividade, a analista colaboradora da Euromonitor, Simone Baroke.



De modo geral, os alimentos sem lactose mostraram um desempenho respeitável em 2015. As vendas globais aumentaram em 8% em comparação ao ano anterior, chegando a US\$ 6,7 bilhões em 2015, considerando as taxas de câmbio fixas em valores de 2015 e termos constantes.

A incidência de intolerância à lactose - causada pela incapacidade para digerir a lactose - é geneticamente determinada e varia consideravelmente entre diferentes populações, bem como também entre grupos etários. É muito raro na infância, uma vez que os bebês são inicialmente dependentes de leite, mas a capacidade do organismo para lidar com lactose comumente diminui à medida



"Os Estados Unidos são o maior mercado para os alimentos sem lactose, respondendo por 29% das vendas globais em 2015".

que as pessoas atingem a idade adulta. De modo geral, as populações do Norte da Europa são menos afetadas, enquanto a intolerância à lactose é mais prevalente em pessoas de ascendência do Leste Asiático.

A tendência em direção a saúde e bem-estar trouxe a questão das intolerâncias alimentares e alergias para

a vanguarda da mente dos consumidores modernos. Um número crescente deles está culpando a lactose, pelo menos parcialmente, pelo desconforto digestivo que experimentam após as refeições. A fim de reduzir o inchaço e o embaraço causado pelo acúmulo de gases intestinais, mais e mais consumidores estão recorrendo a produtos especializados. Globalmente, tanto laticínios quanto sorvetes sem lactose alcançaram aumento em vendas de 10% em 2015.

Qual o maior mercado para os alimentos sem lactose?

Os Estados Unidos são o maior mercado para os alimentos sem lactose, respondendo por 29% das vendas globais em 2015. Os laticínios e sorvetes sem lactose continuam a mostrar dinamismo considerável, levando em conta a relativa maturidade do mercado, mostran-

do taxas de crescimento de vendas de 15% e 16%, respectivamente, em relação ao ano anterior.

A marca Fairlife, de leite e bebidas derivadas de leite, foi lançada nacionalmente no início de 2015, depois que a Coca-Cola fechou uma parceria com os produtores da cooperativa de laticínios Select Dairy Milk, que havia lançado o produto originalmente em 2012. Em 2015, a Fairlife afirmou ter uma participação de 12,8% nas vendas de laticínios sem lactose, roubando participação de seus concorrentes - a marca líder Lactaid (da Johnson & Johnson Inc.) viu a sua participação cair de 53,1% em 2014 para 47,8% em 2015; e a terceira e quarta colocadas no ranking, Land O'Lakes e Dean, sofreram queda em

participação de dois pontos percentuais cada.

A estratégia da Fairlife LLC de posicionar o YUP!, bebidas aromatizadas de baixo teor de açúcar, sem lactose de alta proteína, como um lanche de indulgência, sem culpa, está repercutindo claramente entre os pais e a geração do milênio.

"Prevemos que as vendas globais de alimentos sem lactose vão continuar a crescer a uma taxa anual média de 6% ao ano ao longo do período de 2015-2020, atingindo US\$ 8,8 bilhões em 2020. Os laticínios sem lactose, que devem desfrutar de um crescimento médio ao ano ligeiramente superior a 7%, serão responsáveis por 80% deste montante".

Existe concorrência entre os produtos lácteos "livres de"?

Os produtos lácteos sem lactose parecem ter apenas um inimigo: os produtos sem lactose que não são à base de laticínios. Nossa pesquisa em alimentos industrializados mostra que as alternativas ao leite não lácteas (excluindo o leite de soja) alcançaram a maior taxa de crescimento em vendas que qualquer categoria de lácteos em 2015 em âmbito mundial, apresentando um impressionante ganho de 20%. Com faturamento de US\$ 13,7 bilhões em 2015, as vendas da categoria são o dobro do de alimentos sem lactose em termos de tamanho e se mostram duas vezes e meia mais dinâmicas com relação ao crescimento.

Um número cada vez maior de consumidores considera evitar os laticínios completa-

mente, acreditando não apenas ser sensível ao açúcar do leite, mas às proteínas lácteas. Alguns estão simplesmente buscando reduzir o componente de alimentos derivados de animais de suas dietas, seja por razões de saúde, éticas ou de sustentabilidade.

As alternativas aos produtos lácteos também têm como vantagem o fato de que o leque de ofertas é muito diversificado - todos os tipos de frutas secas e cereais podem servir para produzir um "leite" substituto. Esta diversidade é uma parte fundamental do apelo da categoria, uma vez que atende a uma ampla gama de preferências em relação a gosto pessoal, intolerâncias alimentares e preocupações também ambientais e éticas. Alguns consumidores podem

"Globalmente, tanto laticínios quanto sorvetes sem lactose alcançaram aumento em vendas de 10% em 2015".

ser alérgicos a um tipo de amêndoa ou cereal, mas não a outro, por exemplo, enquanto outros podem opor-se a produtos de soja (tradicionalmente, os alternativos laticínios mais popular), por razões ambientais.

Entre os principais mercados onde as alternativas não lácteas ao leite superaram fortemente os laticínios sem lactose em 2015 foram o Reino Unido, com crescimento de 23% vs 1%, respectivamente, Portugal (63% vs 2%) e na Finlândia (17% vs 2%).

Quanto as fórmulas de leite sem lactose para bebês, existe mercado para esse tipo de produto?

Ao contrário de laticínios e sorvetes sem lactose, os alimentos para bebês sem lactose tiveram um ano bastante decepcionante em 2015, contraindo 1% em vendas globais. Isso se deve em grande parte às taxas de natalidade estagnadas e à crescente popularidade do aleitamento materno nos mercados altamente desenvolvidos, que compõem a principal base de clientes de produtos de posicionamento premium ou para "fórmulas infantis especiais".

Em alguns mercados, no entanto, os alimentos sem lactose para bebês registraram um excelente desempenho. O relaxamento recente da política do filho único da China levou a um baby boom, impulsionando as vendas de fórmula de leite.

A fórmula de leite infantil sem lactose, em especial, se beneficiou mais, uma vez que o crescimento está vindo de uma base pequena de vendas. Com isso, o crescimento foi de 28%, apresentando o maior crescimento entre os produtos para a alimentação infantil sem lactose no mundo em 2015, com base em preços constantes.

Os mercados mais dinâmicos em seguida, quando estes conseguiram alcançar um crescimento de dois dígitos nesse ano, foram Argentina, México, Arábia Saudita e Hungria.

Os laticínios sem lactose têm futuro?

Embora o desempenho dos alimentos sem lactose possa diminuir ligeiramente ao longo do período de previsão

(até 2020) em relação ao seu desempenho período de revisão (2010-2015), não há razão para temer que a categoria se tornará obsoleta em breve.

Prevemos que as vendas globais de alimentos sem lactose vão continuar a crescer a uma taxa anual média de 6% ao ano ao longo do período de 2015-2020, atingindo US\$ 8,8 bilhões em 2020. Os laticínios sem lactose, que devem desfrutar de um crescimento médio ao ano ligeiramente superior a 7%, serão responsáveis por 80% deste montante.

Os consumidores certamente manterão a procura de alternativas aos produtos lácteos sem lactose derivados de fontes vegetais e a multiplicação de opções de produtos posicionados como mais saudáveis e orientados para o bem-estar irá satisfazer o gosto dos consumidores por novidade e variedade, mas, no final, muitos continuarão a apreciar um produto que tem gosto de leite de vaca, uma vez que é, de fato, o leite de vaca, apenas com a lactose removida. Alternativas veganas, como leites de nozes, podem ser saborosa, por sua própria natureza, mas às vezes, simplesmente não há substituto para a "coisa real". Os alimentos para bebês sem lactose também estão apenas começando a decolar nos principais mercados emergentes.

No médio e longo prazos, o crescimento em vendas de alimentos sem lactose será sustentado pelo ganho de mercado onde as vendas, até agora, têm sido bastante insignificantes, e especialmente naqueles onde o leite é uma parte bem estabelecida da dieta local. A Índia é um bom exemplo. O mercado de lácteos do país (segundo nossa pesquisa em alimentos industrializados em 2015) é comparável ao México e à Itália em termos de tamanho e maior do que a do Canadá, Espanha e Austrália.

Um estudo realizado em 2015 pela Sanjay Gandhi Post Graduate Institute of Medical Sciences, em Lucknow, Uttar Pradesh, descobriu que quase três quartos da população indiana estava sofrendo de algum grau de intolerância à lactose. No final de 2015, a Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation Ltd., principal empresa de lácteos da India, anunciou ser a primeira empresa de laticínios a introduzir um produto de leite sem lactose na Índia sob a sua marca Amul.

"Os produtos lácteos sem lactose parecem ter apenas um inimigo: os produtos sem lactose que não são à base de laticínios".