A Kantar Worldpanel apresentou recentemente as conclusões do Pequeno-Almoço com o Consumidor 2012, iniciativa na qual apresentou uma nova metodologia que permite aferir quais são as marcas verdadeiramente imprescindíveis para o consumidor. Abrangência de marca e intensidade de compra foram os critérios utilizados para a apurar o ranking das marcas imprescindíveis para o consumidor português.

MDF's essenciais para o consumidor

Danone, Mimosa, Coca-Cola, Nestlé, Fula, Super Bock, Olá, Planta, Agros, Skip, Sagres, Becel e Luso são as marcas imprescindíveis para o consumidor português de acordo com o ranking Abrands da Kantar Worldpanel. Conclusões apresentadas no decorrer da iniciativa Pequeno-Almoço com o Consumidor 2012 e que destacam a presença de 13 marcas distintas no top 15 das marcas mais omnipresentes nas escolhas do consumidor (Mimosa é eleita em três categorias distintas). Para chegar a estes resultados a Kantar Worldpanel usou critérios como a penetração e a compra consecutiva para encontrar as marcas que são imprescindíveis no cabaz de compras dos portugueses. Um leque extenso de marcas que, no seu conjunto, cresceram 2% em valor no cesto dos portugueses, apresentando-se como essenciais no quotidiano do consumidor pelo seu investimento em comunicação e investigação em desenvolvimento.

Num cenário marcado pelo "downtrading" apoiado por promoções – o que não garante a construção de relações fortes – são as MDD que mais se evidenciam pelo sortido, mas são as Marcas de Fabricante que se revelam verdadeiramente essenciais para o consumidor, ao serem responsáveis pelo crescimento de 30 das 80 categorias que a Kantar Worldpanel identificou como a estarem a crescer em valor de um total de 160 categorias analisadas. Em 2012 apenas há a registar a entrada da Oliveira da Serra e da Fula neste grupo restrito das 15 marcas imprescindíveis, por troca com a Luso e com a Agros com a Kantar a acreditar que o grupo "core" proveniente da análise deste ano em pouco mudará no decorrer do ano de 2012.

Das marcas presentes no ranking das imprescindíveis, há a destacar a elevada abrangência de todas elas (oscilando entre os 40% da Olá e os 77% de taxa de penetração da Danone – dados 2010) ainda que este indicador não seja suficiente para assegurar uma compra consecutiva, dado necessário para ser considerado uma ABrand.

Coca-Cola, Matinal (manteiga), Delta, Nestlé (cereais pequeno-almoço), Sical, Becel (margarina mesa), Fula, Super Bock, Mimosa (manteiga) e Pepsi foram as marcas com maior percentagem de compra consecutiva em 2010, ainda que nem todas elas figurem no top 15 final das marcas essenciais.

REVISTA BIMESTRAL