

KANTAR WORLDPANEL

BALANCE Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR CONGELADOS

ALIMENTARIA 2012

Pere Vives, Sector Director

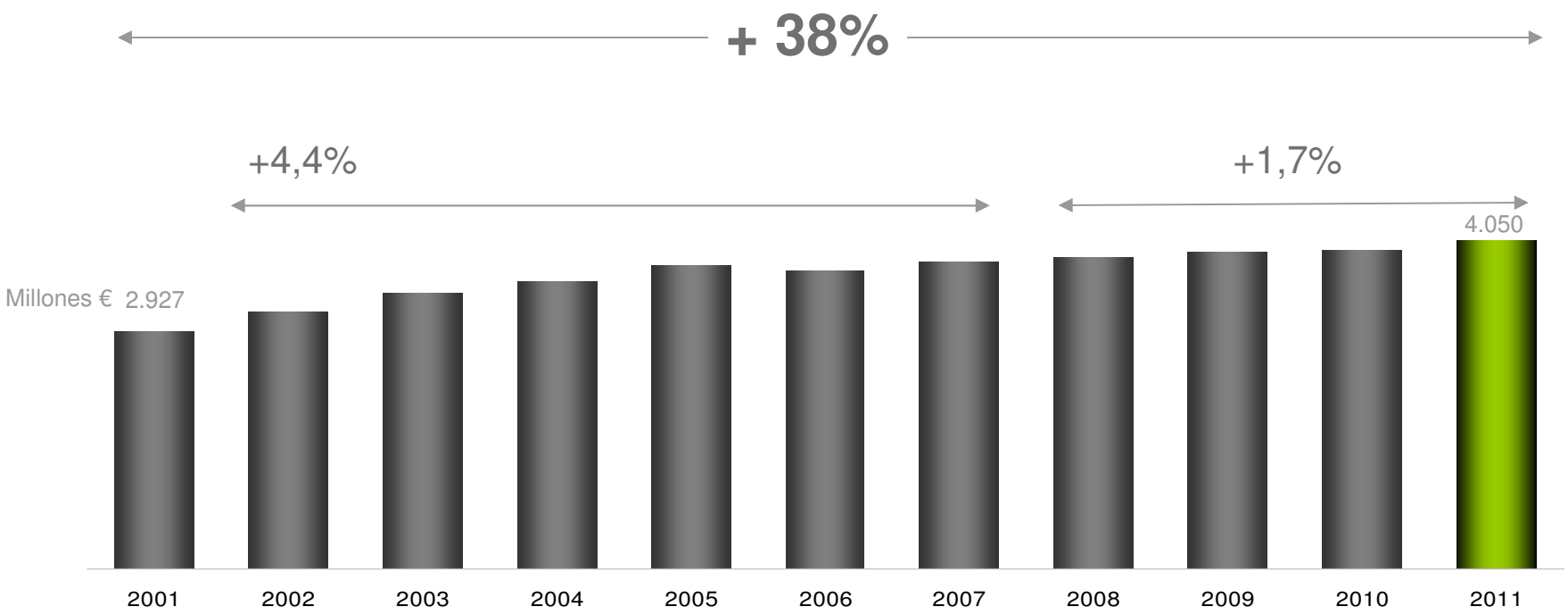


OBJETIVO

Presentar el balance 2011 del mercado de congelados y aportar pistas de crecimiento al sector

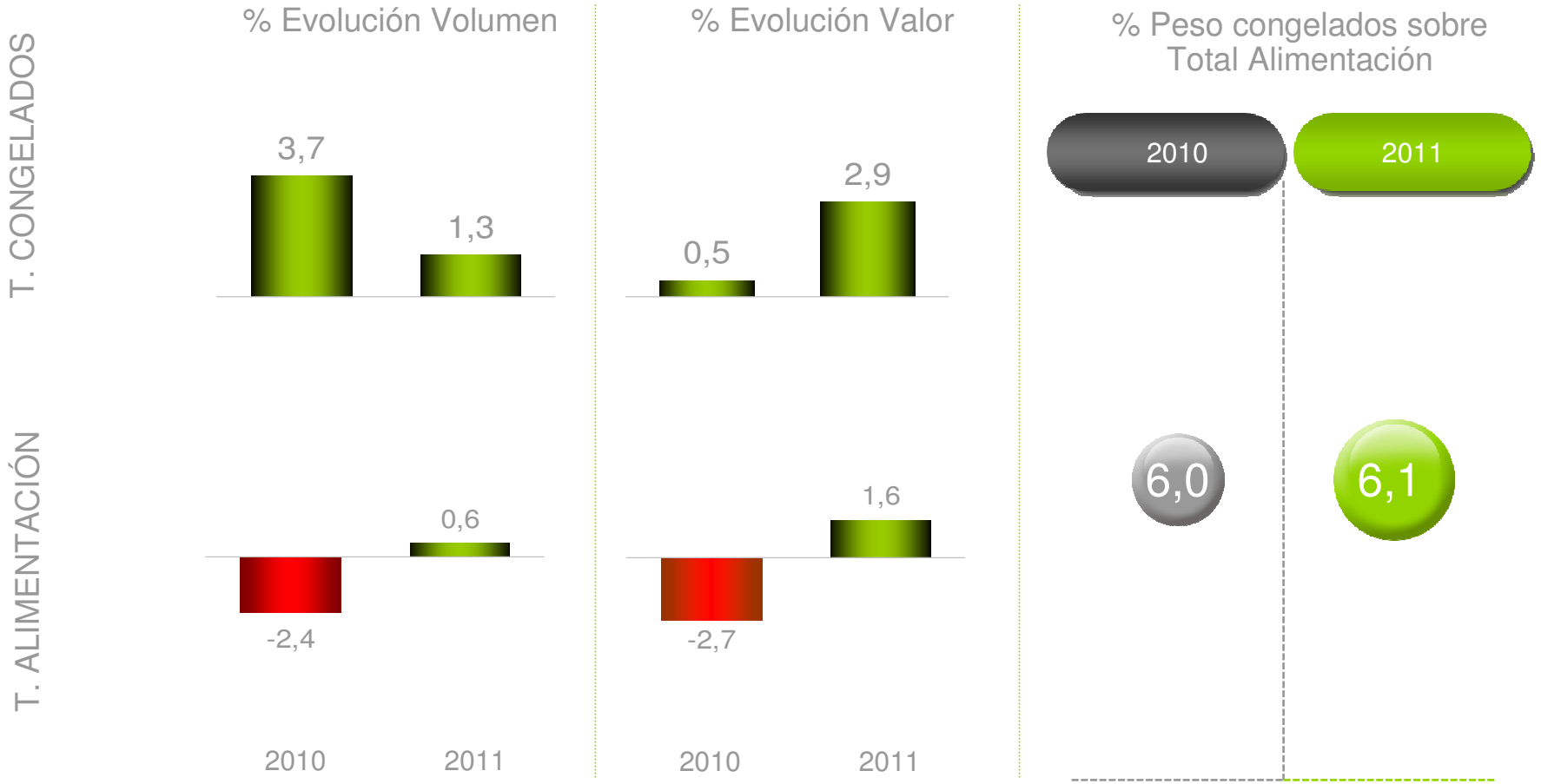
EL SECTOR DE LOS **CONGELADOS HA CRECIDO** A UN RITMO ANUAL DEL 3%

% Evolución Valor Total Congelados



Fuente: Kantar Worldpanel

CONGELADOS, UN SECTOR RESISTENTE A LA CRISIS

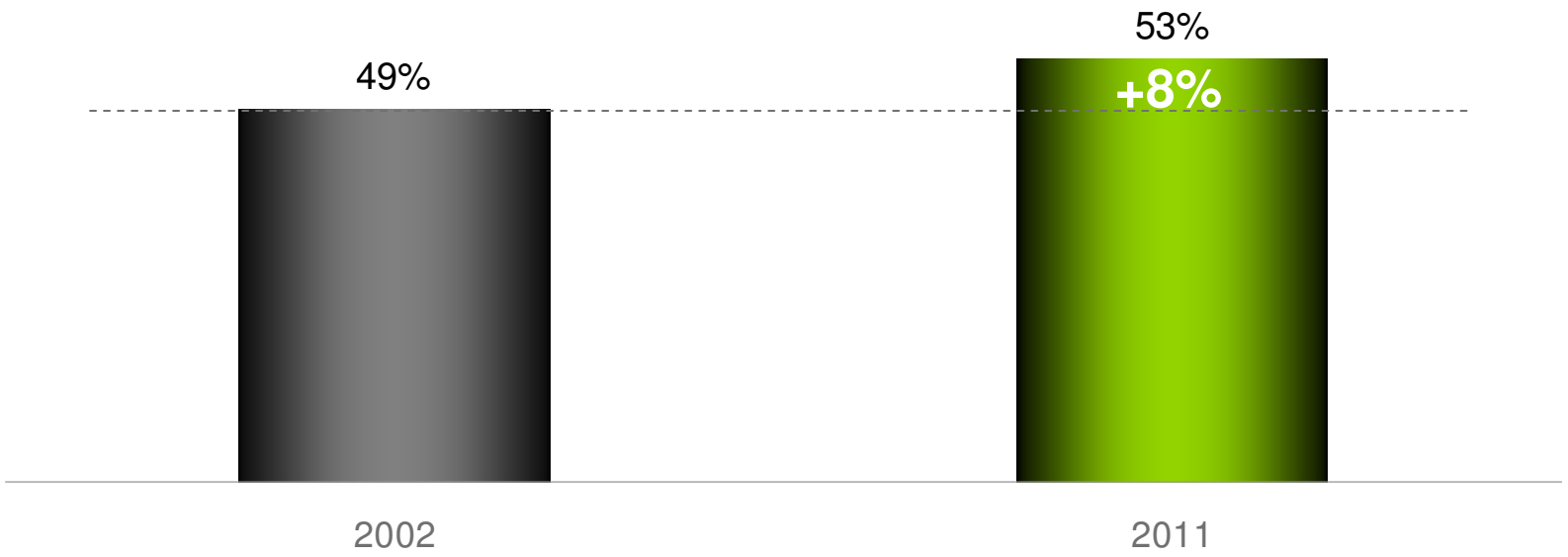


Fuente: Kantar Worldpanel

LA MEJORA EN LA **PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR** FAVORECE EL CRECIMIENTO DEL SECTOR

% Respuestas amas de casa Top 2 boxes

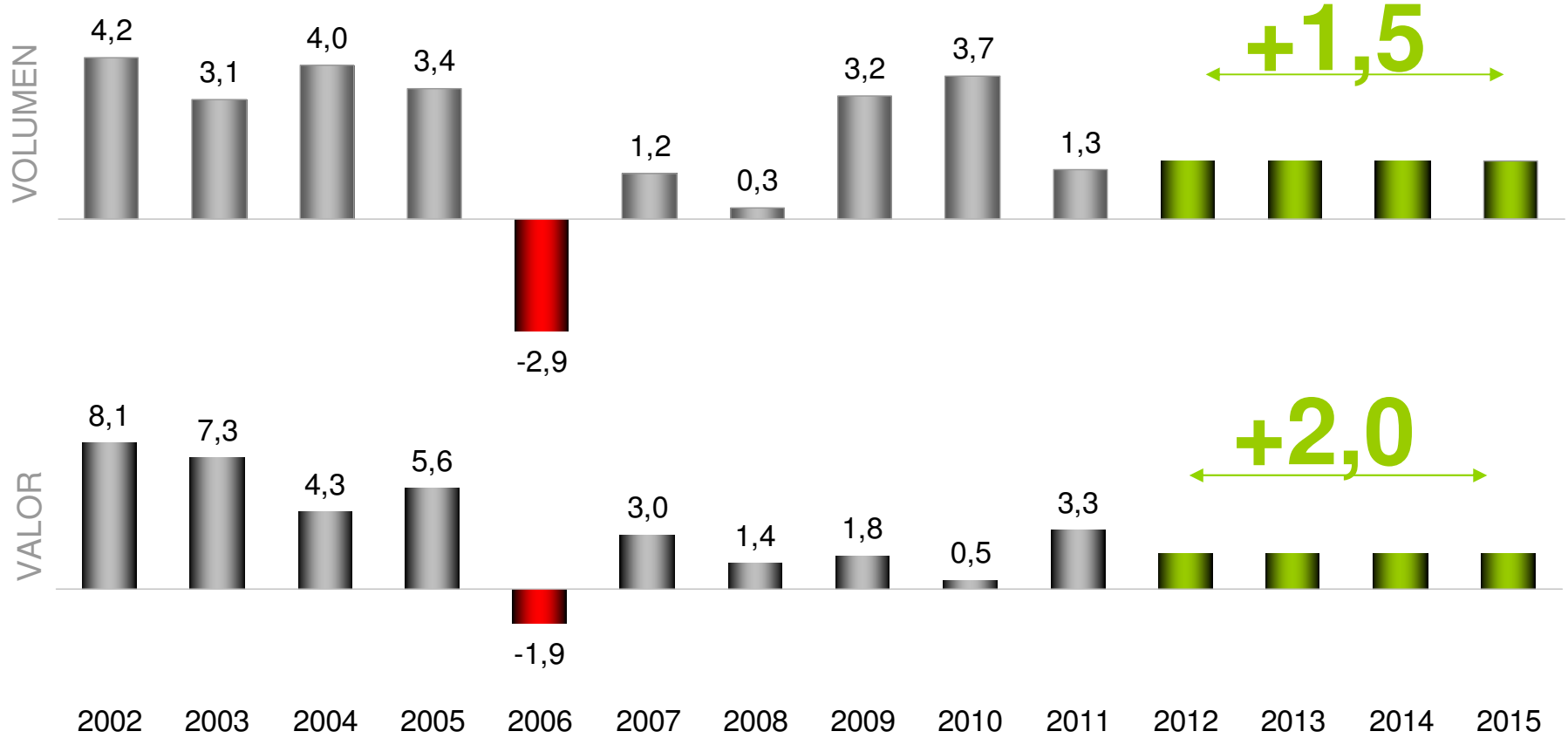
"Los productos congelados son tan buenos como los frescos"



Fuente: Worldpanel LifeSTYLES

Y EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS **EL SECTOR CRECERÍA** ENTRE 1 Y 2% ANUAL

% Evolución Total Congelados

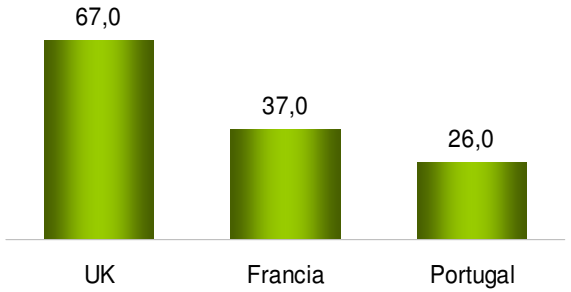


Fuente: Kantar Worldpanel

UN SECTOR UNIVERSAL, PERO CON MUCHO POTENCIAL

Total Congelados

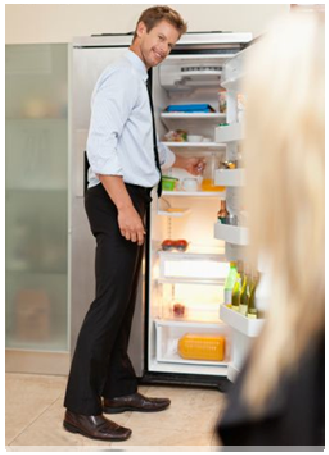
	2010	2011
Penetración	99,0	99,0
Gasto Medio € / Hogar	243	248
Compra Media Kg. / Hogar	52	52





POTENCIAL PARA DESARROLLAR EL CONSUMO EN CASA

Total Congelados



- **72%** Hogares consumen congelados semanalmente
- **3** ocasiones/semanales de las **14** posibles

1 ocasión **+** por semana =
+ 30% en Volumen



LA **COMODIDAD/ DISPONIBILIDAD**, SU PRINCIPAL ACTIVO

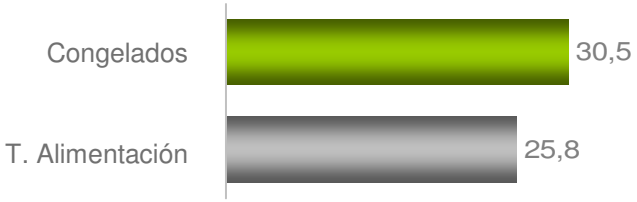
% Ocasiones con congelados por momentos de consumo. Año 2011

	Laborables	Fin de Semana
Comida	16%	22%
Cena	15%	15%

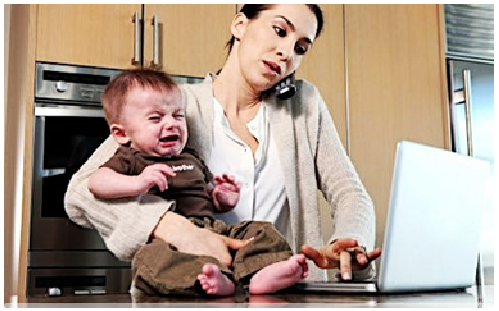


% Ocasiones con congelados por motivos de elección. Año 2011

Práctico / Convenience



+0,7 vs 2010



Fuente: WorldpanelUsage

CARNE CONGELADA, PLATOS ELABORADOS Y HELADOS, LAS CATEGORÍAS MÁS DINÁMICAS

Total Congelados	Pescado / Marisco	Verduras / Hortalizas	Platos Elaborados	Helados	Carne Congelada	Resto Congelados
100% +2,9%	55% +2,0%	8% - 1,7%	12% +3,7%	11% +4,6%	9% +11,1%	6% - 0,3%



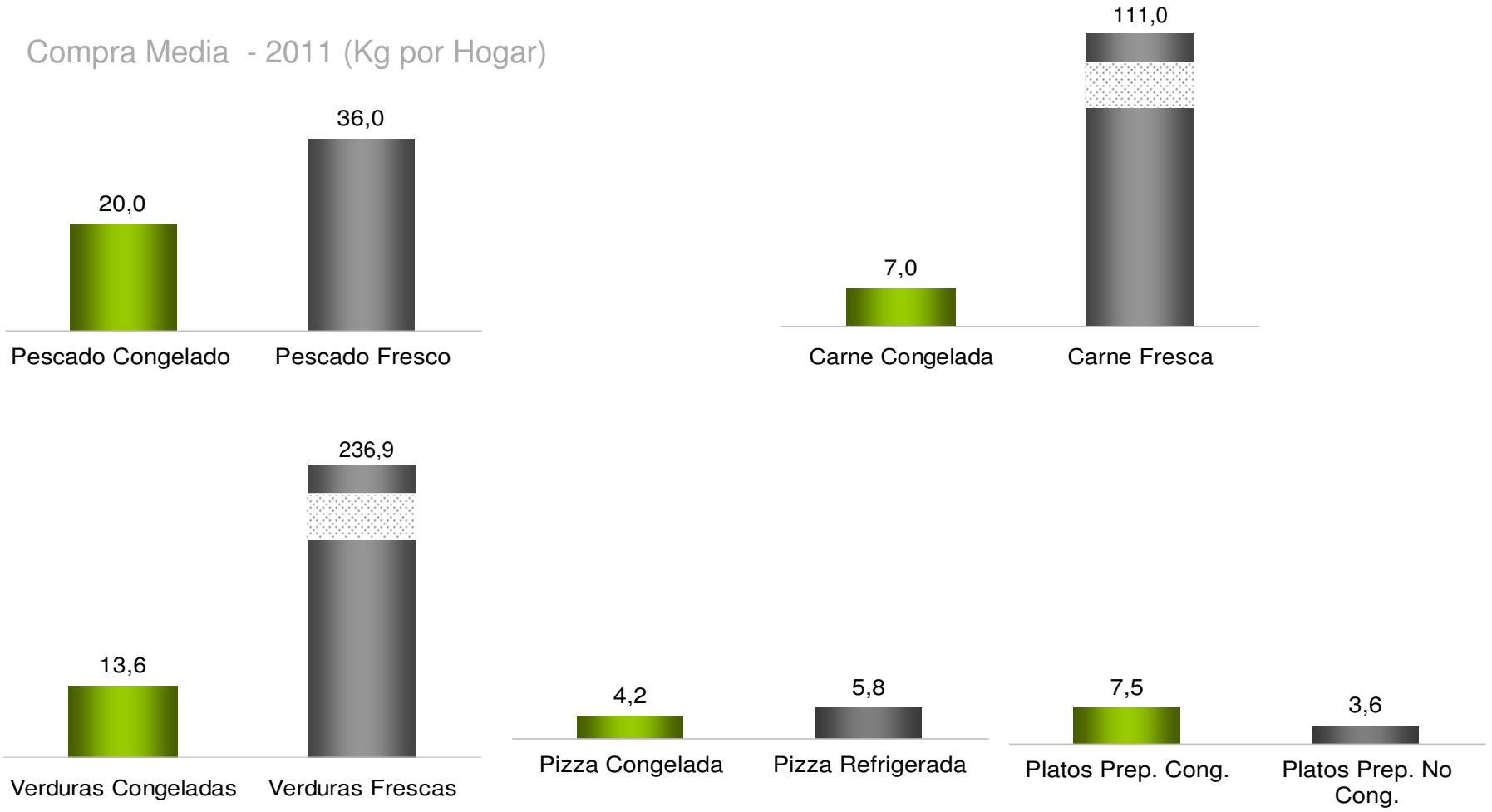
Fuente: Kantar Worldpanel

% Distribución Compras Valor 2011

% Evolución Valor 2011 vs. 2010

CARNES Y VERDURAS PRESENTAN EL MAYOR POTENCIAL DE CRECIMIENTO VÍA AUMENTO DE CONSUMO

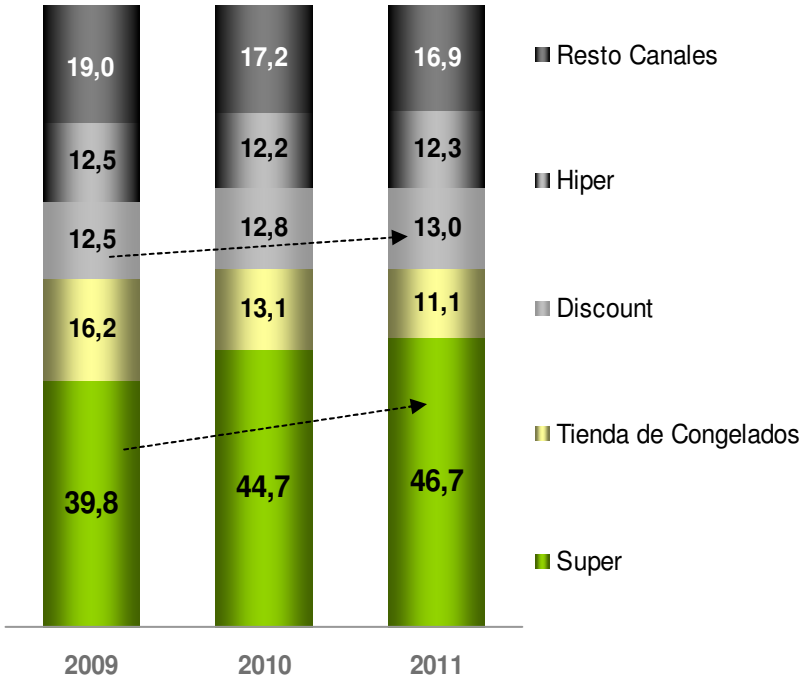
Compra Media - 2011 (Kg por Hogar)



Fuente: Kantar Worldpanel

SUPER Y DISCOUNT IMPULSAN EL SECTOR

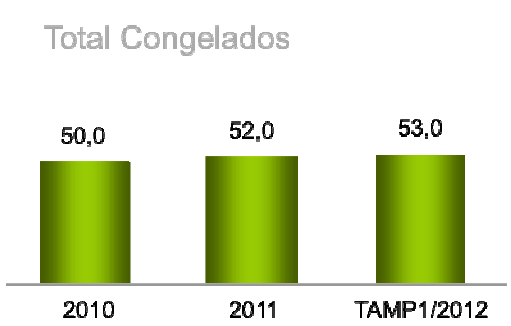
Total Congelados % Cuota Valor

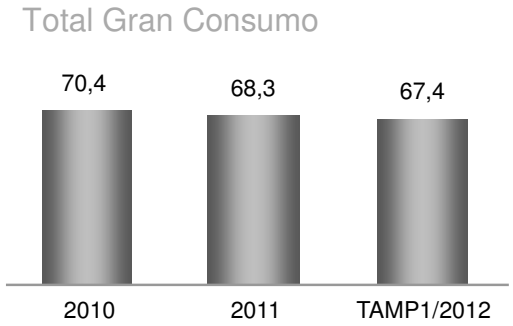


Fuente: Kantar Worldpanel

LAS MARCAS DE FABRICANTE GANAN TERRENO EN UN ENTORNO FAVORABLE A LAS MARCAS DEL DISTRIBUIDOR

% Cuota Valor - Marcas Fabricante



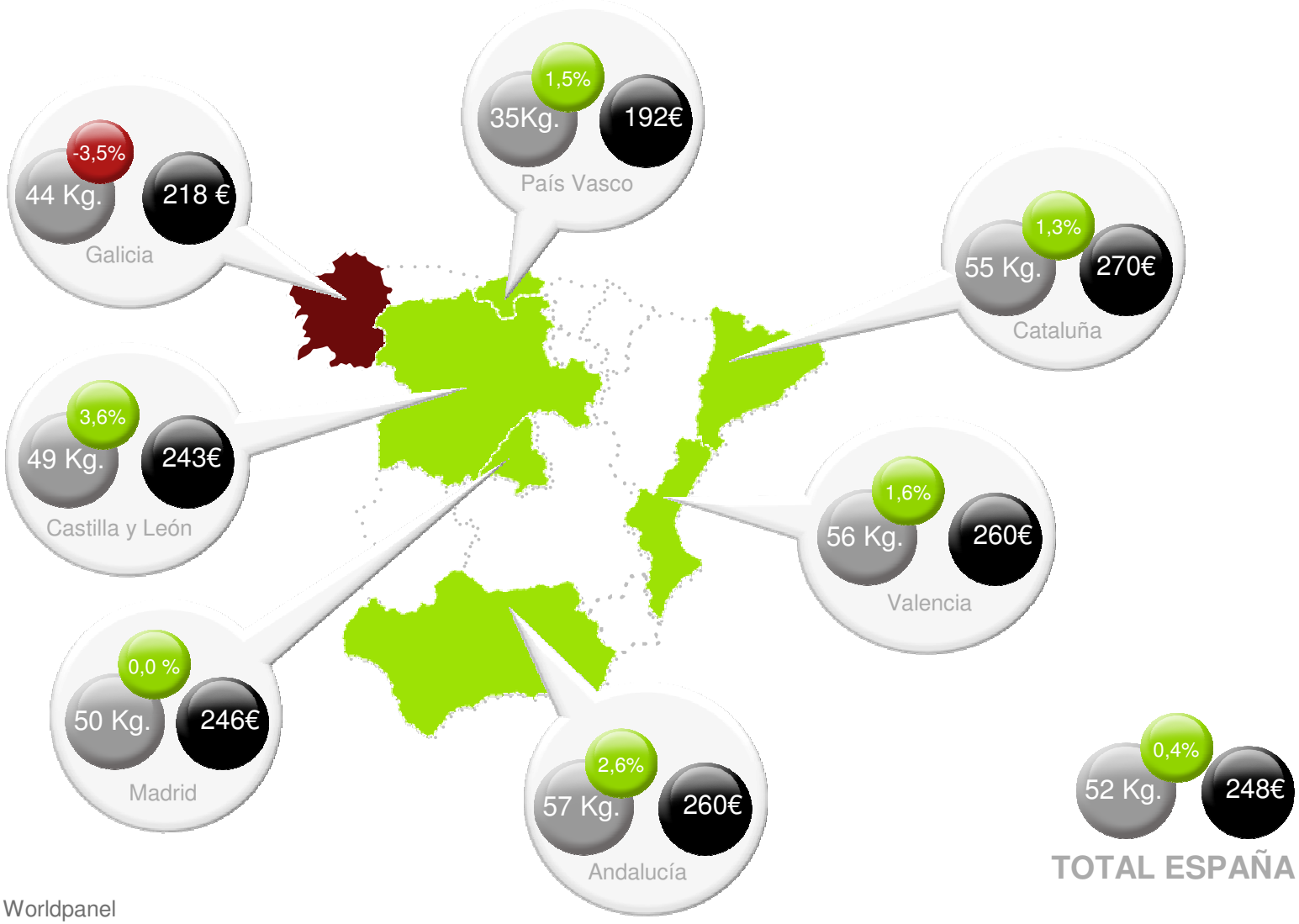




Fuente: Kantar Worldpanel

ANDALUCÍA Y VALENCIA LAS COMUNIDADES MÁS CONSUMIDORAS

Compra Media Congelados por hogar 2011 | % Evolución Compra Media vs. 2010 | Gasto por Hogar



Fuente: Kantar Worldpanel

C.LEON PESCADOS; **CATALUÑA** VERDURAS Y CARNE EN **VALENCIA** Y **GALICIA**. LOS PLATOS SE COMPRAN EN **CATALUÑA Y MADRID**

% Cuota Mercado Valor – Año 2011

		T.ESPAÑA	Andalucia	Cataluña	Cast. Leon	Madrid	Valencia	Galicia	Pais Vasco
Pescados		55,2	55,0	50,8	**64,8**	52,6	54,4	61,6	59,3
Carnes		8,4	9,4	7,0	7,5	8,1	**10,0**	**10,2**	4,9
Verduras Hortalizas		8,3	7,7	**10,8**	5,9	9,2	7,7	6,6	6,9
Platos Elaborados		11,5	11,5	**14,7**	7,0	**13,2**	11,6	6,5	12,9
Helados		10,6	10,4	10,6	9,4	10,5	10,1	10,4	10,1

Fuente: Kantar Worldpanel

GRAN POTENCIAL DE CRECIMIENTO ENTRE LAS **FAMILIAS CON HIJOS EN EDAD ESCOLAR**, A PESAR DE AUMENTAR SU CONSUMO

Total Congelados – 2011 (Evolución vs 2010)

	Compra Media Kg	Consumo per Cápita
T. España	51,7	19,1
Jóvenes independientes	24,4	24,4
Parejas jóvenes sin hijos	42,5	20,6
Parejas con hijos pequeños	54,5	**14,7**
Parejas con hijos edad media	71,4	**18,2**
Parejas con hijos mayores	70,4	19,3
Hogares monoparentales	57,6	19,1
Parejas adultas sin hijos	50,9	22,4
Adultos independientes	28,8	28,8
Retirados	43,6	24,3



Fuente: Kantar Worldpanel

RETIRADOS PESCADOS Y VERDURAS; **HOG. CON NIÑOS** CARNES Y **JÓVENES** HELADOS Y PLATOS ELABORADOS

% Cuota Mercado Valor – Año 2011

		T.ESPAÑA	Jóvenes Independ.	Parejas Jóvenes sin hijos	Parejas C/ hijos peq.	Parejas C/hijos edad media	Parejas C/hijos mayores	Hogares mono parentales	Parejas adultas sin hijos
Pescados		54,8	44,0	47,5	49,0	49,4	57,3	49,3	**61,9**
Carnes		9,0	7,9	10,2	**11,6**	10,5	8,4	11,1	7,8
Verduras Hortalizas		7,9	8,1	7,1	7,2	7,6	7,9	7,6	8,1
Platos Elaborados		11,6	**20,3**	**16,8**	13,5	13,6	11,0	14,8	8,3
Helados		10,8	**13,5**	**12,0**	11,4	11,9	10,4	10,8	9,7

Fuente: Kantar Worldpanel



KANTAR WORLDPANEL

BALANCE Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR CONGELADOS

ALIMENTARIA 2012

Pere Vives, Sector Director