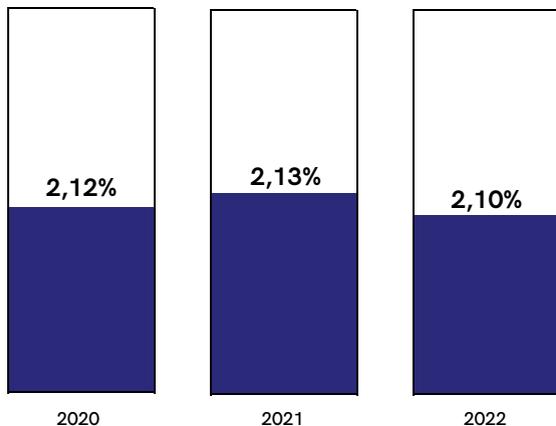


SEM GORDURAS TRANS

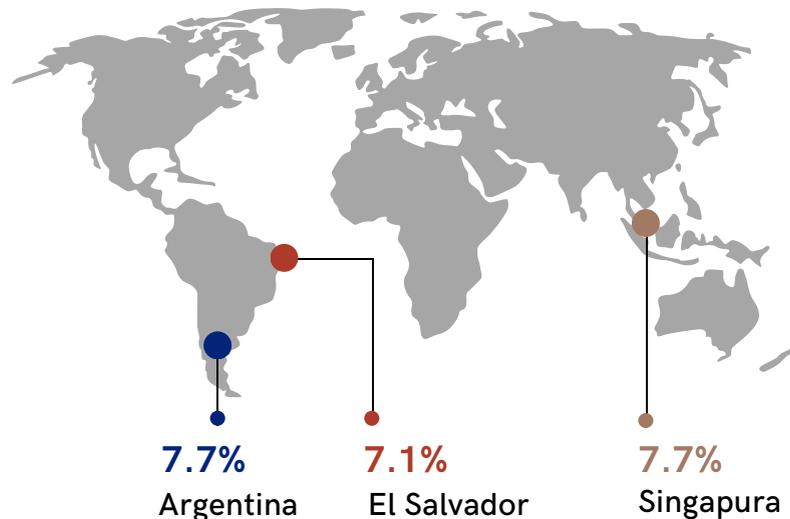
| utilização nos novos lançamentos de produto



- A utilização do posicionamento "Sem Gorduras Trans" manteve-se estável nos últimos 3 anos.
- Dos produtos alimentares lançados em 2022, 2.1% tinham este posicionamento.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos

com maior
expressão

Padaria e Pastelaria

onde 4.48% dos produtos lançados
tinha este posicionamento

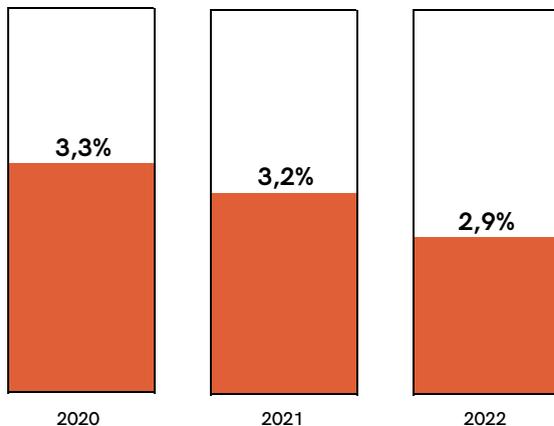
ENRICHED WHITE BREAD



- Lançado em Singapura
- dezembro de 2022
- Pão de forma de 600g
- Sem gordura trans

MAÇÃ

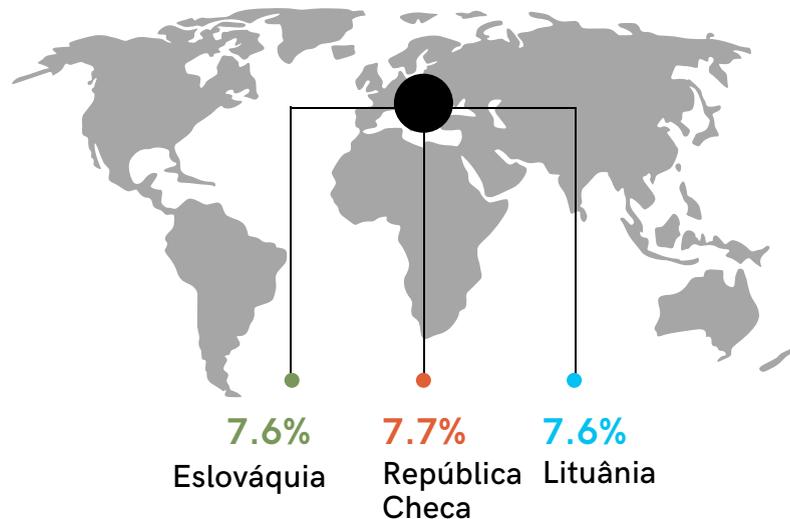
| utilização nos novos lançamentos de produto



- A utilização de maçã nos novos lançamentos de produtos alimentares e bebidas tem registado um decréscimo de 11% nos últimos 3 anos.
- Em 2022, 2.9% de todos os produtos lançados continham maçã nos ingredientes.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos

com maior expressão

Comida para Bebé

onde 26% dos produtos tinha maçã nos seus ingredientes

ORGANIC MANGO BANANA IN APPLE WITH CARROT FOR BABIES FROM 6 MONTHS



Lançado na República Checa

dezembro de 2022

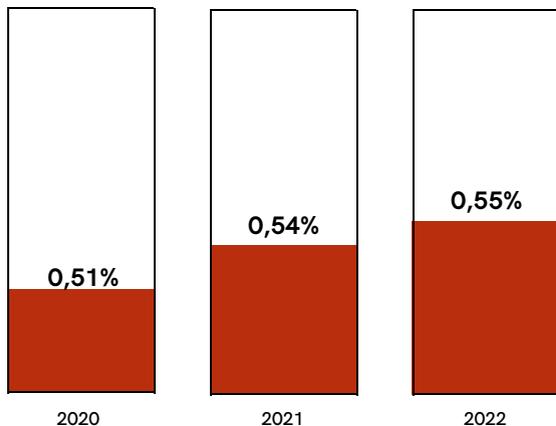
Certificação biológica

Frasco de vidro

60% do produto é maçã

SABOR A CARIL

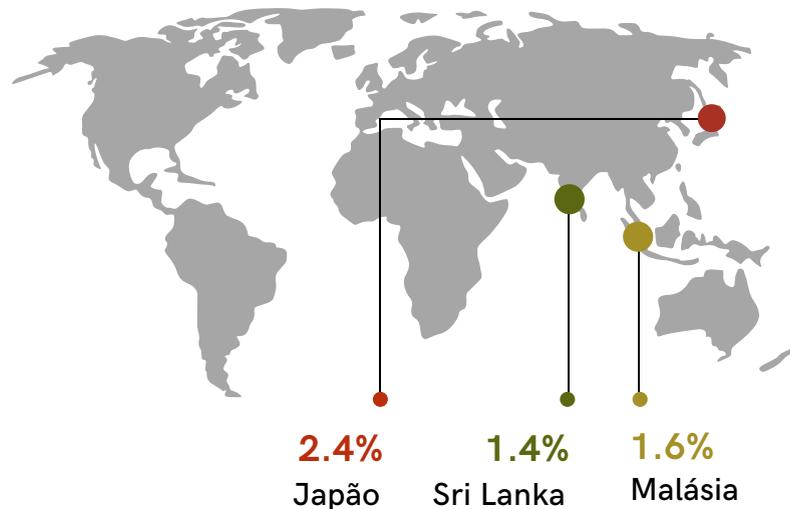
| utilização nos novos lançamentos de produto



- A presença do sabor a caril nos novos lançamentos de produtos alimentares registou um ligeiro aumento de 8% nos últimos 3 anos.
- Em 2022, 0,55% de todos os produtos alimentares lançados tinham sabor a caril.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos

com maior
expressão

Refeições prontas e Acompanhamentos
onde 2% dos produtos tinham sabor a caril

MUJI KADALA CHICKPEA CURRY



Lançado no Japão

dezembro de 2022

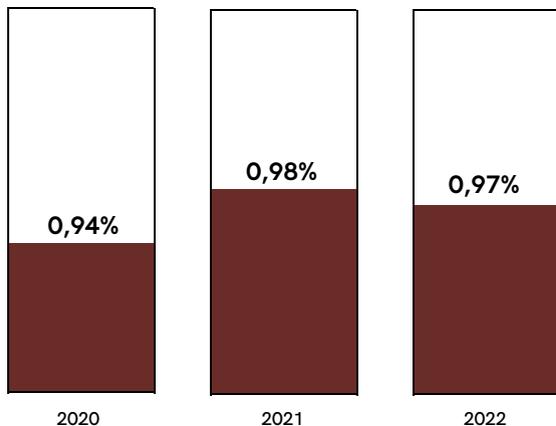
Refeição pronta de caril de grão-de-bico

Sem carne ou ovos

Apto para micro-ondas

GELEIAS E COMPOTAS DE FRUTA

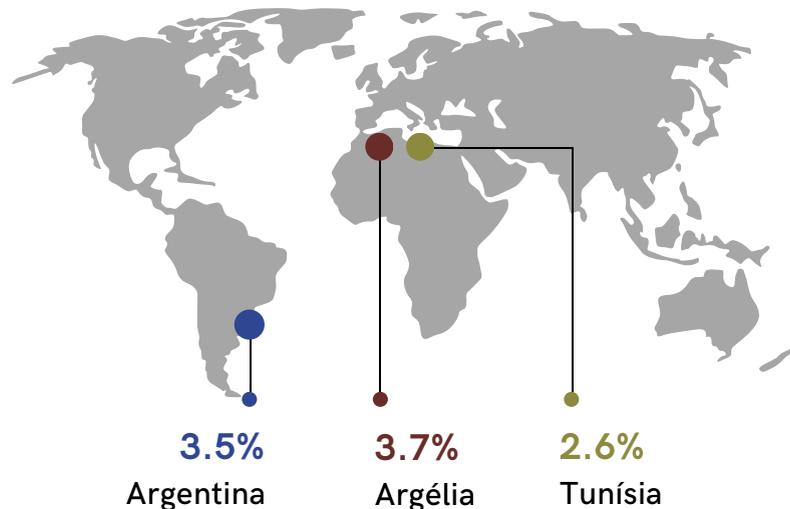
| novos lançamentos a nível global



- A subcategoria de "Geleias e compotas de fruta" tem permanecido estável nos últimos 3 anos.
- Em 2022, quase 1% de todos os produtos alimentares lançados no mercado de retalho pertencia a esta subcategoria.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos



INGREDIENTE

período em análise: últimos 3 anos

com maior expressão

Morango

22% das geleias e compotas de fruta tinham este ingrediente

CEVITAL MATINA CONFITURE FRAISE: STRAWBERRY JAM



Lançado na Argélia

agosto de 2022

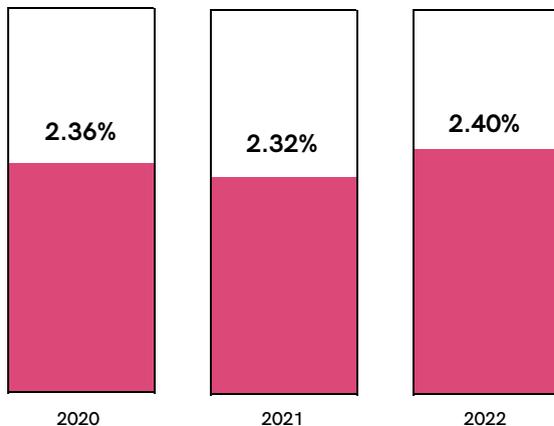
Geleia de morango em embalagem reciclável

Preparado com 40% de fruta



SABOR A MORANGO

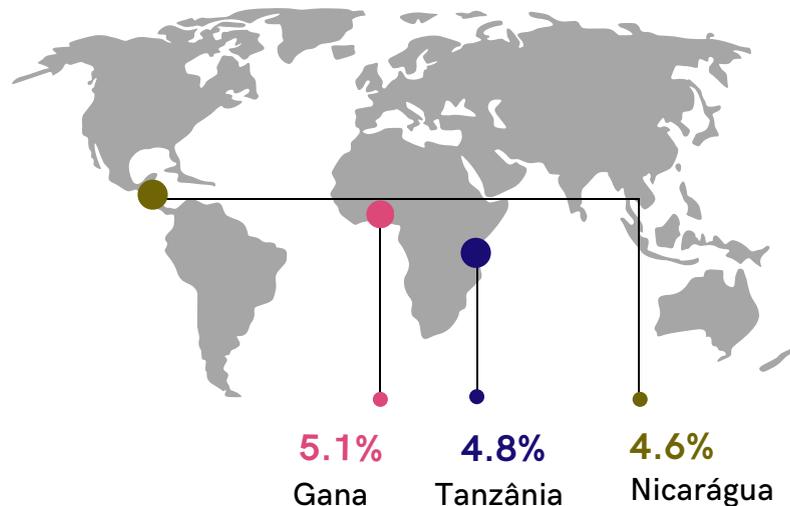
| utilização nos novos lançamentos de produto



- Nos últimos 3 anos completos de lançamentos de produtos, a presença do sabor a morango manteve-se estável.
- Em 2022, 2.4% de todos os produtos lançados publicitavam o sabor a morango.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos

com maior
expressão

Sobremesas e Gelados

onde 9% dos produtos tinham sabor a morango

STRAWBERRY FLAVOURED FROZEN YOGHURT



Produzido e lançado no Gana

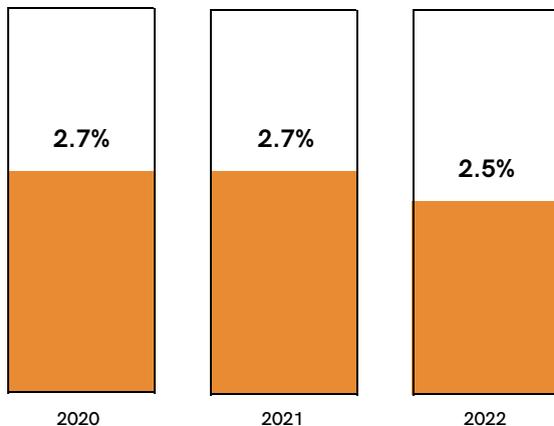
Setembro de 2022

Gelado de iogurte com sabor a morango

Embalagem reciclável

INTEGRAL

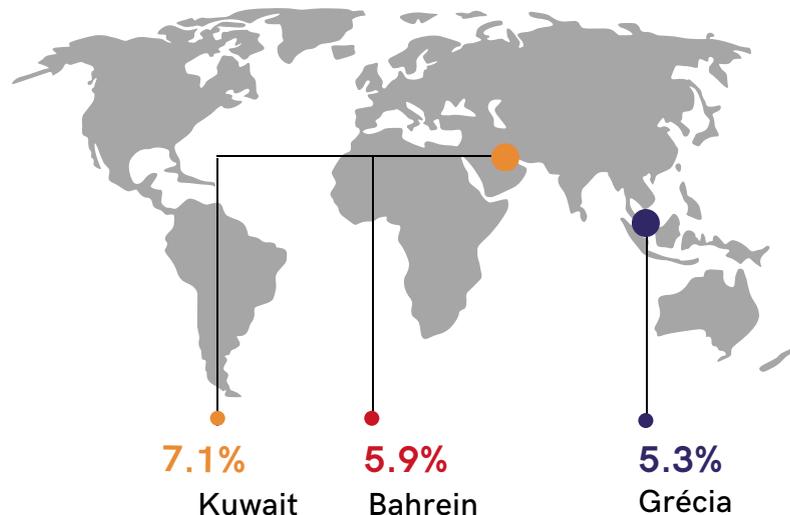
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O posicionamento "Integral" registou um ligeiro decréscimo de 7% nos últimos 3 anos completos.
- Dos produtos alimentares lançados em 2022, 2.5% tinham este posicionamento.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos

com maior
expressão

Cereais

onde 25% dos produtos lançados
tinha este posicionamento

DIGESTIVE BAR WITH ORANGE PIECES AND DARK CHOCOLATE



Produzido na Grécia

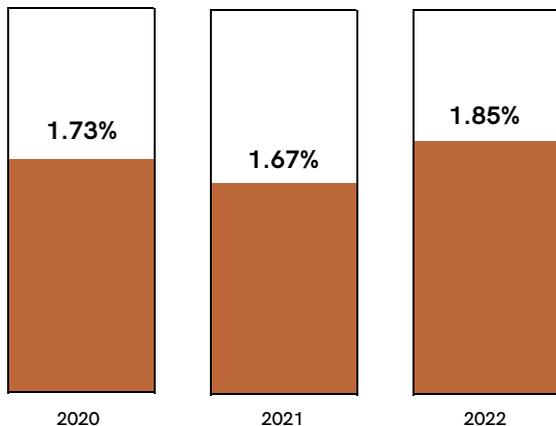
Lançado no Kuwait

Dezembro de 2022

Com vários cereais integrais

CARNE DE AVES

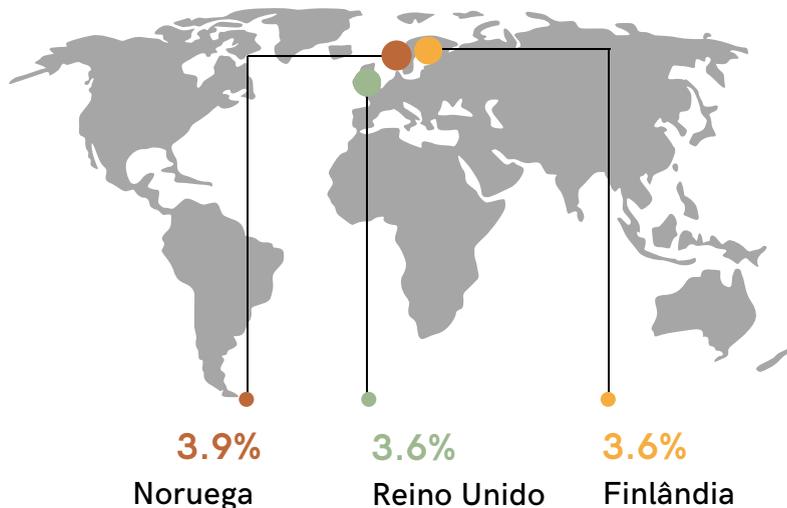
| novos lançamentos na Europa



- A subcategoria de "Carne de aves" registou um ligeiro aumento de 7% desde 2020 até 2022.
- Em 2022, 1.85% de todos os produtos alimentares lançados no mercado de retalho pertencia a esta subcategoria.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos

com maior expressão

Conveniência - Poupança de tempo

77% dos produtos de carne de aves lançados estavam prontos para comer ou cozinhar.

CHICKEN MEATBALL STICKS



Lançado na Noruega

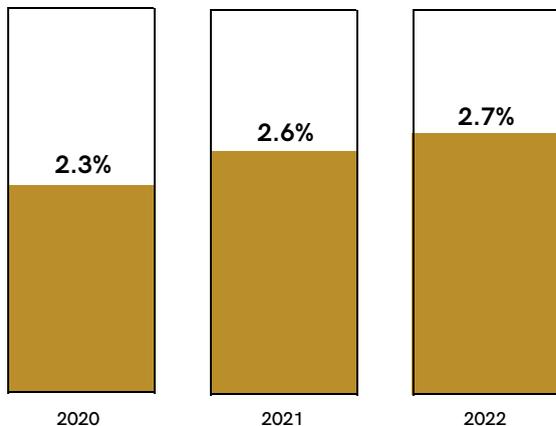
Agosto de 2022

Almôndegas pré-fritas com sabor barbecue

Prontas para cozinhar no forno ou grelha

CURCUMA

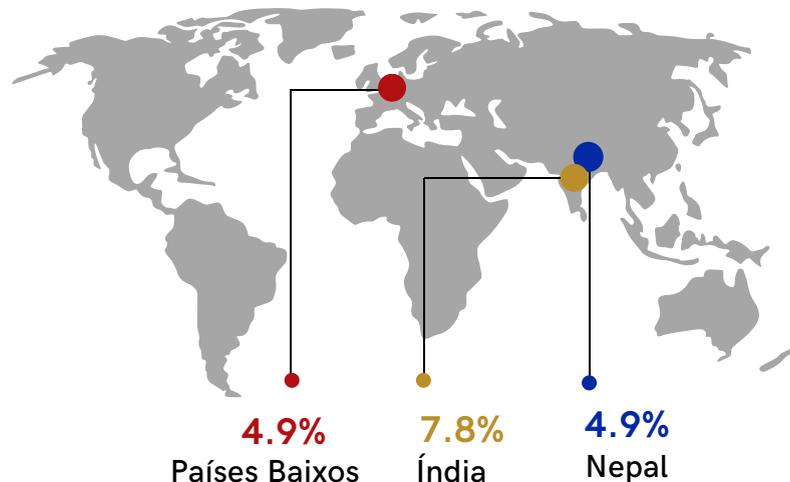
| utilização nos novos lançamentos de produto



- A utilização de curcuma nos novos lançamentos de produtos de comida e bebida registou um crescimento de 19% nos últimos 3 anos.
- Em 2022, 2.7% de todos os produtos lançados continham curcuma nos ingredientes.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos

com maior
expressão

Sopa

onde 14% dos produtos tinha
curcuma nos seus ingredientes

SAMBAR READY MIX



Produzido e lançado na Índia

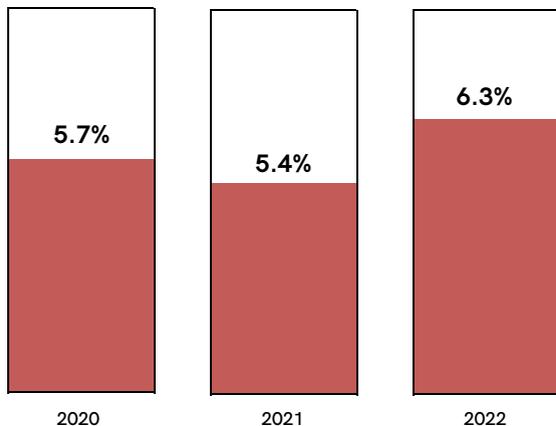
Outubro de 2022

Mistura de sopa em pó fácil de preparar

Com curcuma, caril e pimentos

BEBIDAS GASEIFICADAS

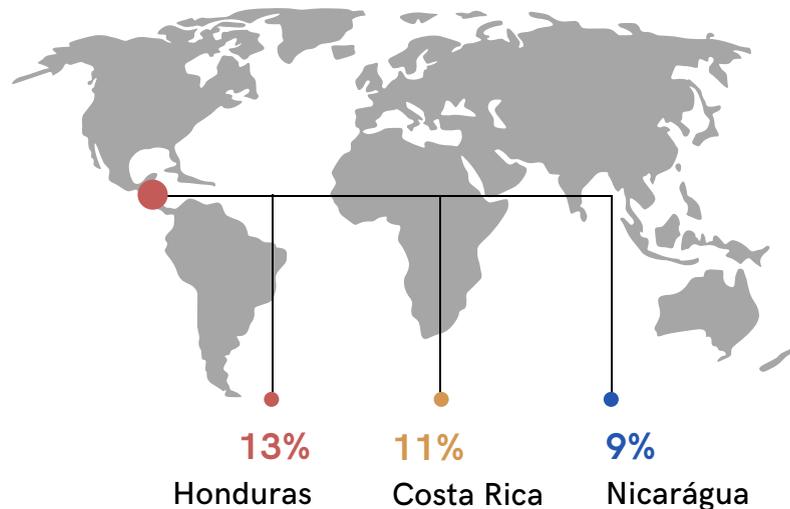
| novos lançamentos na América Latina



- A subcategoria de "Bebidas gaseificadas" registou um aumento de 11% desde 2020 até 2022, na região da América Latina.
- Em 2022, 6.3% de todos os produtos de bebida lançados no mercado de retalho pertenciam a esta subcategoria.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos

com maior expressão

Ético - Embalagem

81% das bebidas gaseificadas lançadas tinham uma embalagem amiga do ambiente

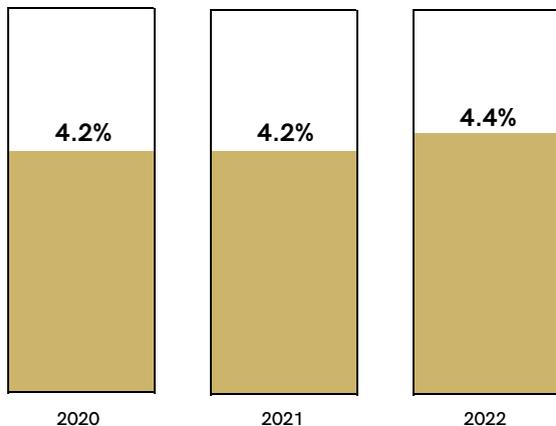
KOLITA CARBONATED DRINK



- Lançado nas Honduras
- Dezembro de 2022
- Bebida gaseificada de cola
- Embalagem reciclável de alumínio

MILHO

| utilização nos novos lançamentos de produto

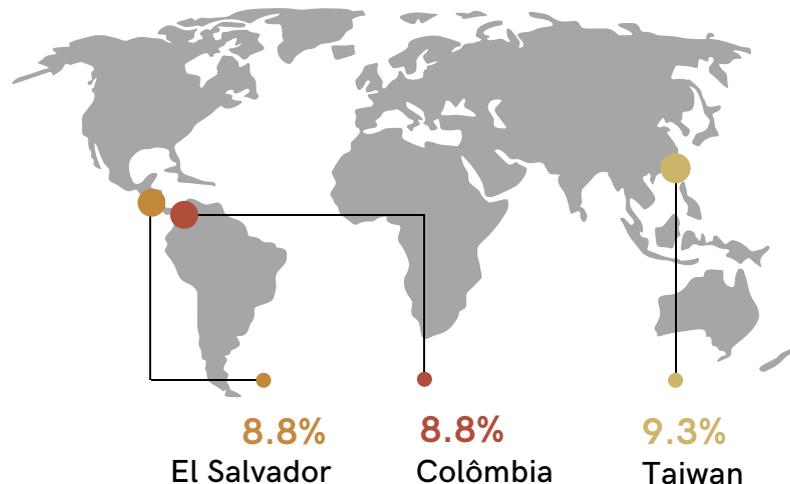


- O milho registou uma presença estável na lista de ingredientes dos produtos alimentares e bebidas nos últimos 3 anos.

- No ano de 2022, 4.4% de todos os produtos lançados continham milho nos seus ingredientes.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Cereais

onde 18% dos produtos tinha milho nos seus ingredientes

BROWN RICE PORRIDGE WITH CHICKEN AND CORN FLAVOUR



Produzido e lançado em Taiwan

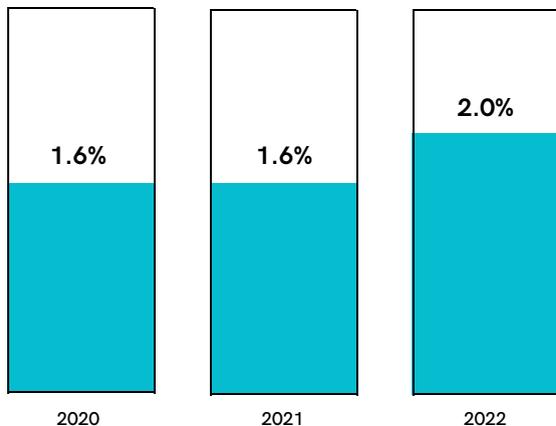
Dezembro de 2021

Mistura de papa de cereais

Com grãos e farinha de milho

PEIXE E MARISCO

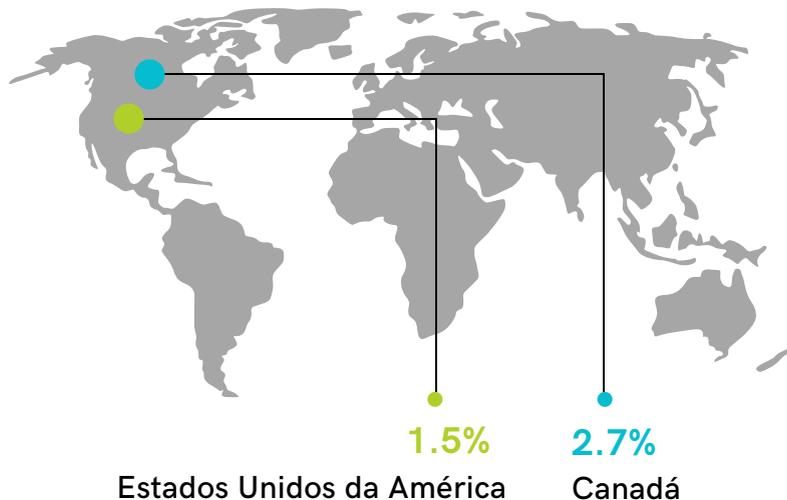
| novos lançamentos na América do Norte



- Na região da América do Norte, a subcategoria de "Peixe e marisco" registou um aumento de 30% de 2020 a 2022.
- Em 2022, 2.0% de todos os produtos alimentares lançados no mercado de retalho pertencia a esta subcategoria.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Conveniência - Poupança de Tempo

59% dos produtos de peixe e marisco lançados destacavam a sua rapidez de preparação/confeção

POTATO AND HERB COD



Produzido e lançado no Canadá

Dezembro de 2022

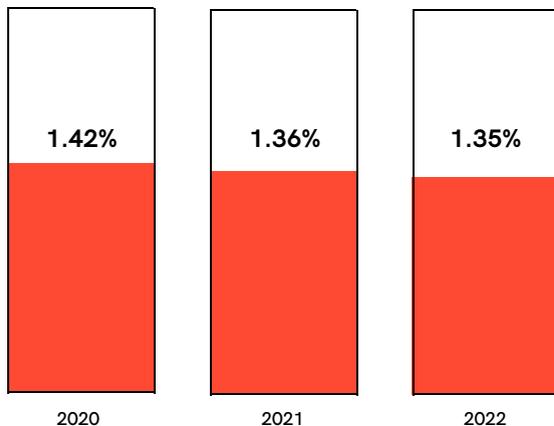
Filetes de bacalhau com batata, queijo e cebolinho

Pronto a cozinhar



ENERGIA

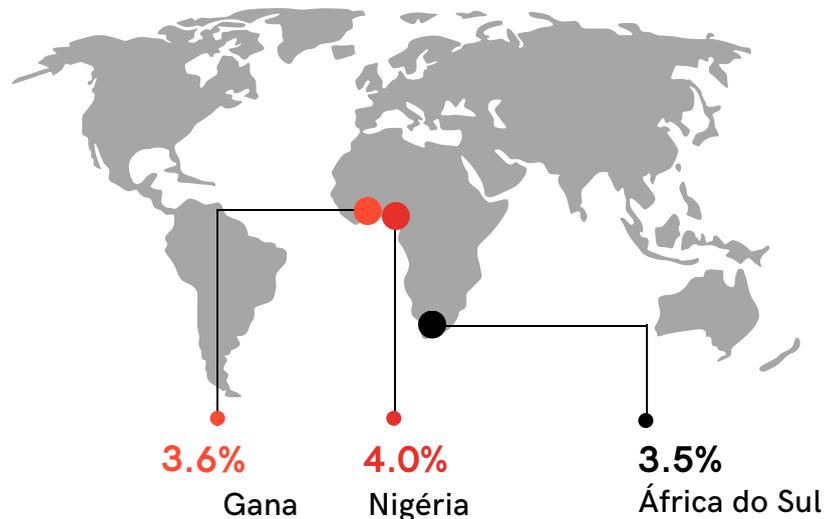
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O posicionamento "Energia" manteve-se praticamente imóvel nos últimos 3 anos completos de lançamentos de produtos alimentares e bebidas.
- Em 2022, 1.35% de todos os produtos lançados usava este posicionamento.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Nutrição Desportiva

onde 26% dos produtos lançados
tinha este posicionamento

SUPREME HYDRATION DRINK WITH TROPICAL TWIST FLAVOR



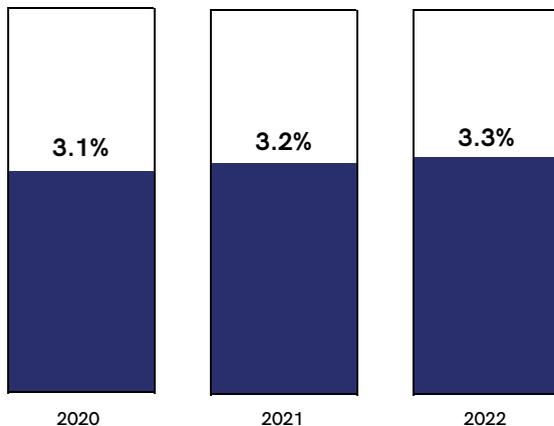
• Lançado na África do Sul

• Dezembro de 2022

• Bebida com eletrólitos e
vitaminas B3, B6 e B12 para
melhorar a energia e reduzir a fadiga

SABOR A QUEIJO

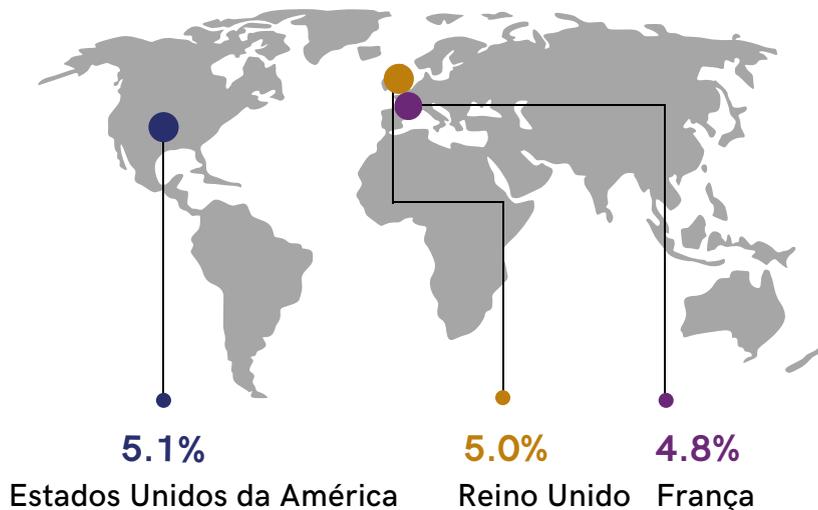
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O sabor a queijo registou uma presença estável nos produtos alimentares lançados nos últimos 3 anos.
- Em 2022, 3.3% de todos os produtos alimentares lançados destacavam o sabor a queijo.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Refeições Prontas e Acompanhamentos
onde 9% dos produtos tinham sabor a queijo

STRAWBERRY FLAVOURED FROZEN YOGHURT



Lançado nos Estados Unidos da América

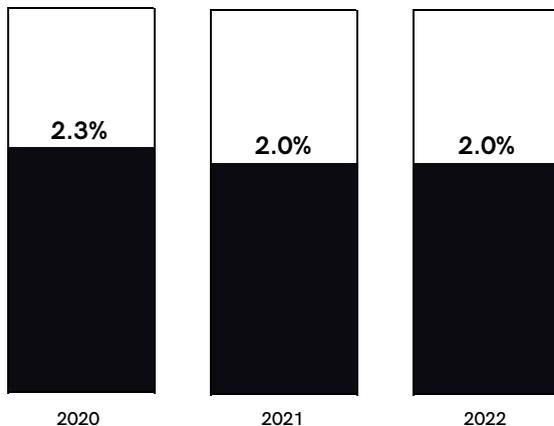
Dezembro de 2022

Refeição pronta

Com quatro tipos de queijo

SNACKS DE BATATA

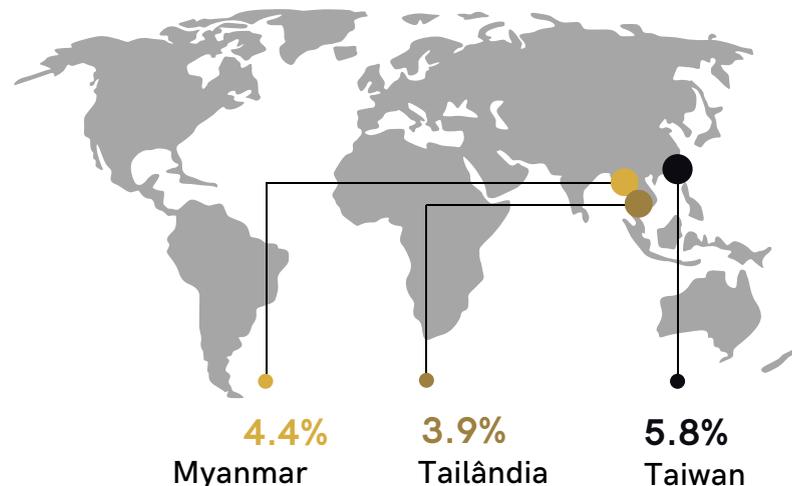
| novos lançamentos na Ásia-Pacífico



- Os novos lançamentos de produtos na subcategoria dos snacks de batata têm-se mantido bastante estáveis nos últimos 3 anos.
- No ano de 2022, 2.0% de todos os produtos alimentares lançados na região da Ásia-Pacífico pertenciam a esta subcategoria.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Conveniência - Consumo

onde 88% dos produtos destacavam o seu formato de consumo *on-the-go*.

KOIKEYA RICH CUT POTATO CHIPS WITH SPICY TANG XINZI FLAVOR



Produzido e lançado em Taiwan

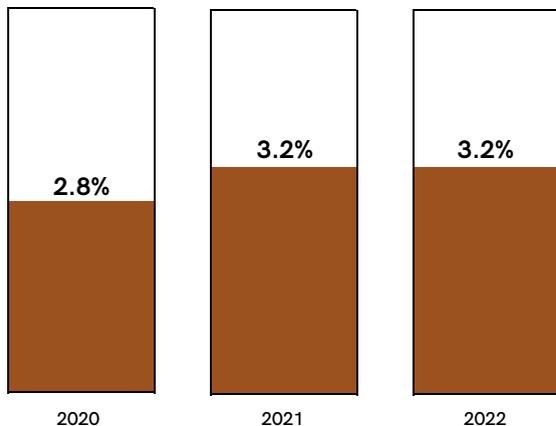
Dezembro de 2022

Batatas fritas com sabor picante

Embalagem de 58g

SEM LACTOSE

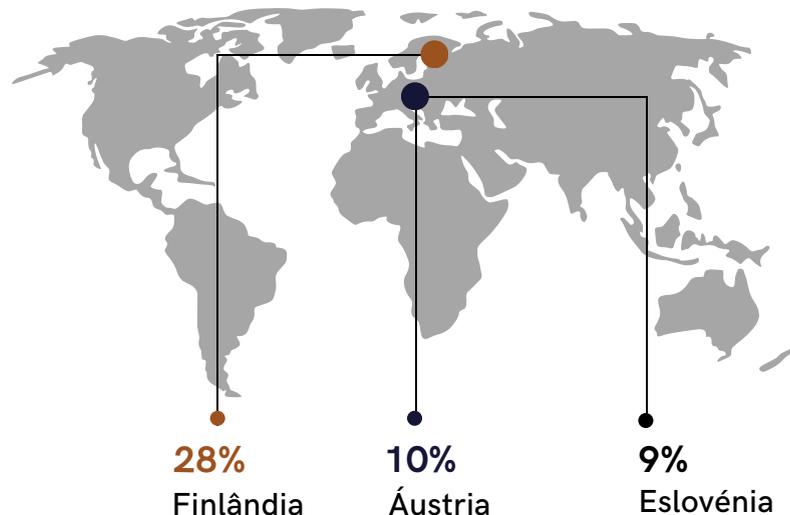
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O posicionamento "Sem lactose" registou um crescimento de 15% de 2020 para 2022.
- Em 2022, 3.2% de todos os produtos de comida e bebida lançados mencionavam a sua ausência de lactose.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Laticínios

onde 12% dos produtos lançados
tinha este posicionamento

RAINBOW CARMEL CREAMY YOGURT



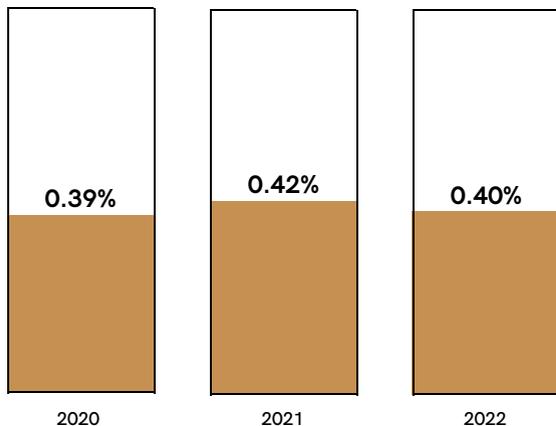
Produzido na Estónia e
lançado na Finlândia

Outubro de 2022

logurte de caramelo sem lactose

SABOR A CAMELO SALGADO

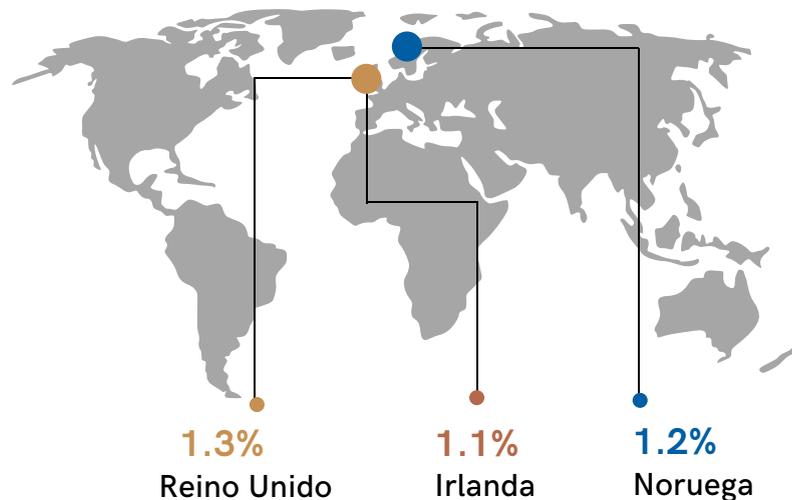
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O sabor a caramelo salgado tem visto uma utilização estável nos últimos 3 anos completos.
- Em 2022, 0.40% de todos os novos lançamentos de comida e bebida tinham este sabor.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Nutrição Desportiva

onde 4% dos produtos tinham sabor a caramelo salgado

CRITICAL COOKIE WITH SALTED CARAMEL AND CHOCOLATE CHIP FLAVOUR

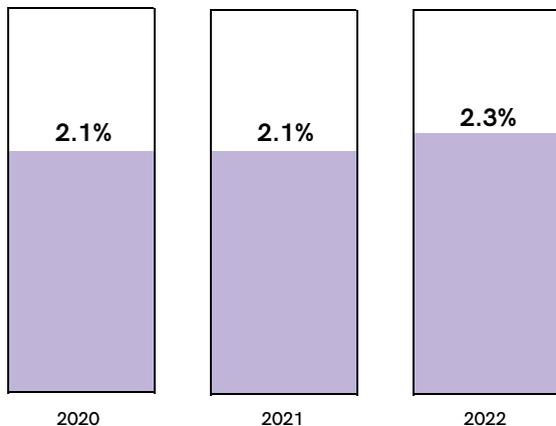


Lançado no Reino Unido

Setembro de 2022

Bolacha com alto teor de proteína

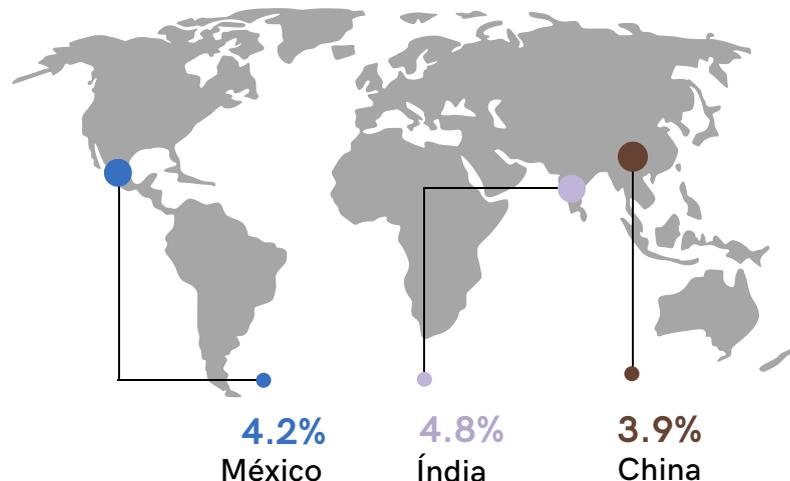
Sem edulcorantes, OGM ou soja



- O uso do amendoim nos produtos alimentares e bebidas não registou muita variação ao longo dos últimos 3 anos.
- No ano de 2022, 2.3% de todos os produtos lançados continham amendoim nas suas listas de ingredientes.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Nutrição Desportiva

onde 13% dos produtos tinha amendoim nos seus ingredientes

BLUEBERRY DELIGHT MULTIGRAIN ENERGY BAR



Produzido e lançado na Índia

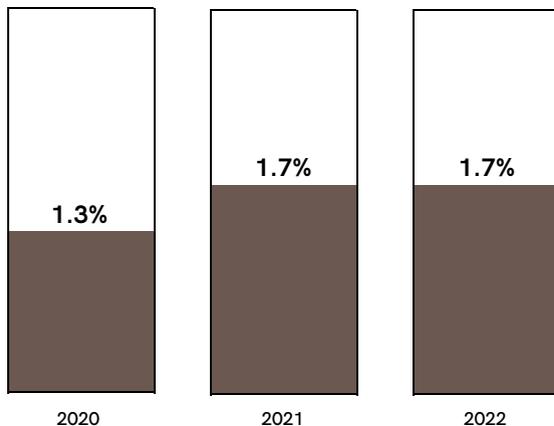
Setembro de 2022

Barra energética

Com aveia, mel, mirtilos e amendoins

SUBSTITUTOS DE CARNE

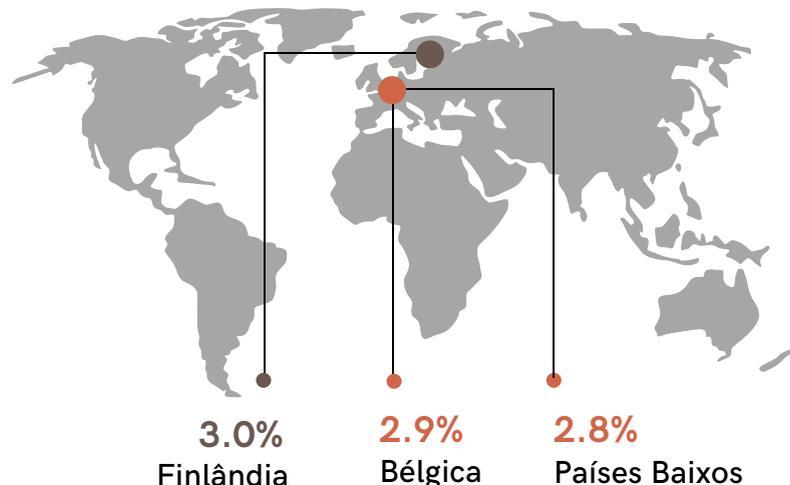
| novos lançamentos na Europa



- De 2020 a 2022, os lançamentos de substitutos de carne no mercado de retalho europeu cresceram 31%.
- No ano de 2022, 1.7% de todos os produtos alimentares lançados pertenciam a esta subcategoria.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Conveniência - Poupança de Tempo
onde 94% dos produtos estavam prontos para cozinhar/comer.

LIKEMEAT LIKE CHICKEN FILET



Lançado na Finlândia

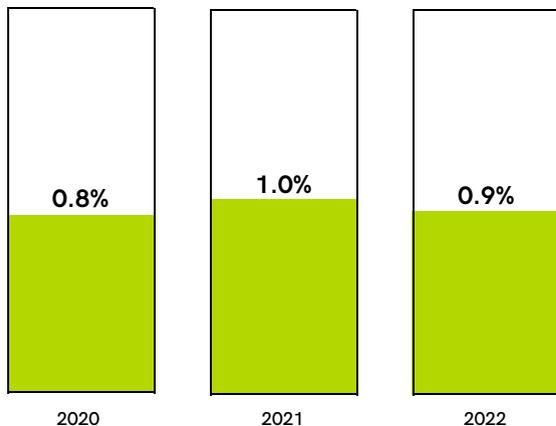
Setembro de 2022

Filete de proteína de trigo, soja e ervilha

Panado e pré-frito

SABOR A ERVAS

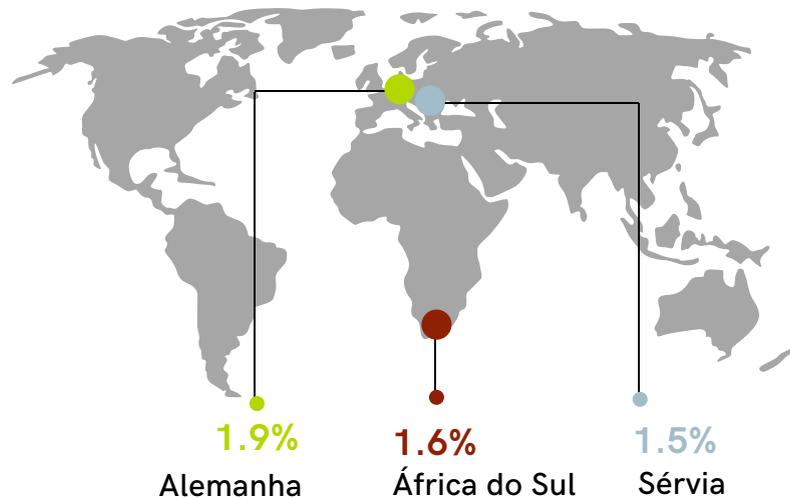
| utilização nos novos lançamentos de produto



- A utilização do sabor a ervas não registou alterações dignas de nota nos últimos três anos completos.
- Em 2022, 0.9% de todos os novos lançamentos de produtos alimentares destacavam o seu sabor a ervas.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Molhos e Temperos

onde 3% dos produtos tinham sabor a ervas

KITCHEN HERBS DRESSING MIX



Lançado na Alemanha

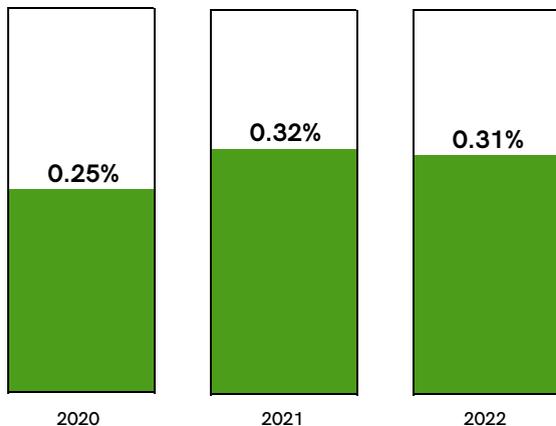
Novembro de 2022

Molho para temperar saladas

Biológico, sem adição de açúcar
e sem conservantes

TOFU

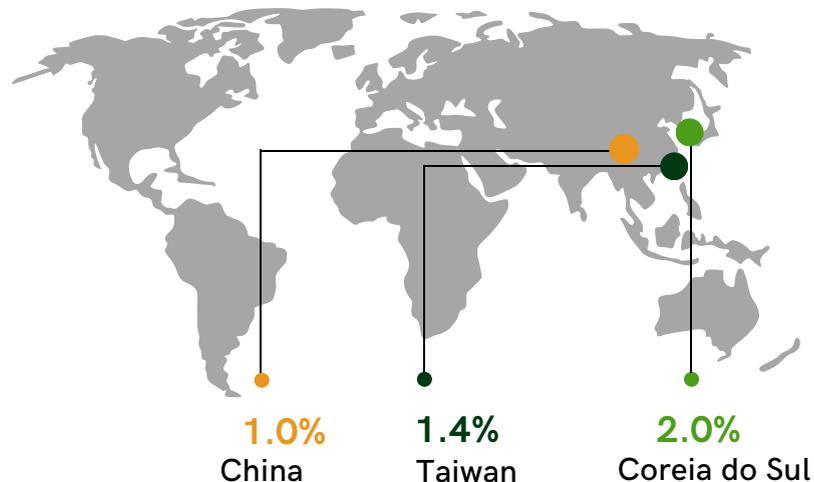
| utilização nos novos lançamentos de produto



- De 2020 para 2022, a utilização de tofu nos novos lançamentos de produtos alimentares cresceu 25%.
- No ano de 2022, apenas 0.31% de todos os produtos alimentares lançados utilizava o tofu como um ingrediente.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Substitutos da Carne

onde 6% dos produtos tinha tofu nos seus ingredientes

CRISPY TOFU CHUNKS



Lançado na Coreia do Sul

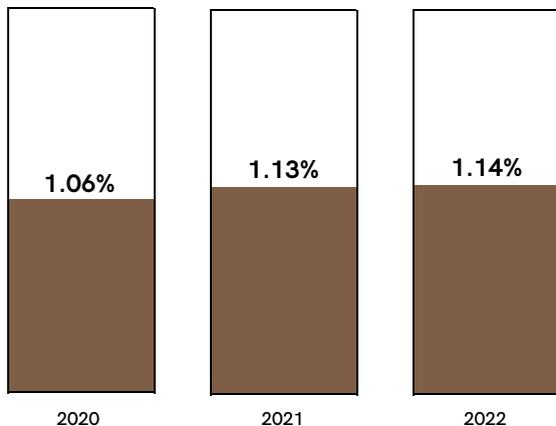
Setembro de 2022

Pedaços de tofu panado

Alto em proteína vegetal

SOBREMESAS REFRIGERADAS

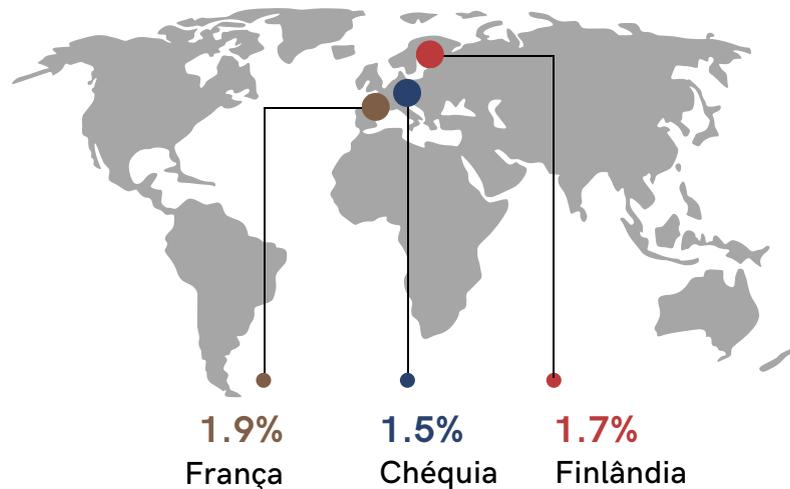
| novos lançamentos na Europa



- Os novos lançamentos de sobremesas refrigeradas têm-se mantido estáveis nos últimos 3 anos completos.
- No ano de 2022, a subcategoria de sobremesas refrigeradas correspondeu a 1.14% de todos os produtos alimentares lançados.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Ético - Embalagem

60% dos produtos lançados destacava uma característica ética da embalagem.

DARK CHOCOLATE MOUSSE WITH PIEDMONT HAZELNUTS



Produzido e lançado em França

Maio de 2022

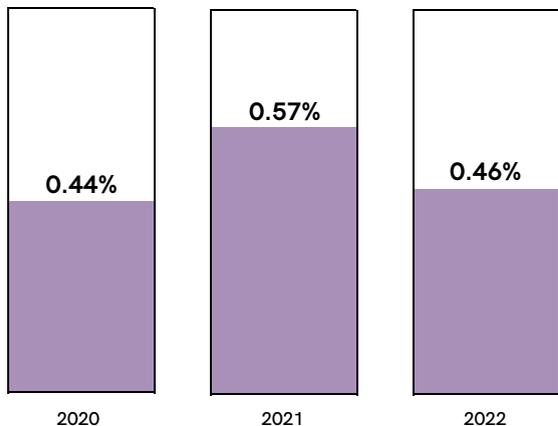
Mousse de chocolate negro com avelãs

Embalagem reciclável



SAÚDE ÓSSEA

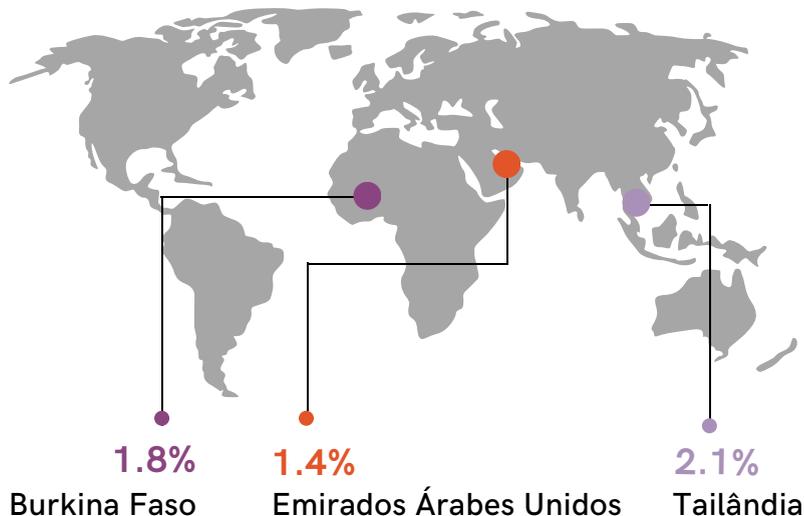
| utilização nos novos lançamentos de produto



- De 2021 a 2022, a utilização do posicionamento de saúde óssea registou um decréscimo de 18%.
- Em 2022, 0.46% dos produtos alimentares e bebidas lançados tinha este posicionamento.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Comida para Bebé

6% dos produtos lançados tinha este posicionamento

HAPPY BITES FIRST SNACK MIXED BERRY FLAVORED RICE RUSKS FOR BABIES



Produzido e lançado na Tailândia

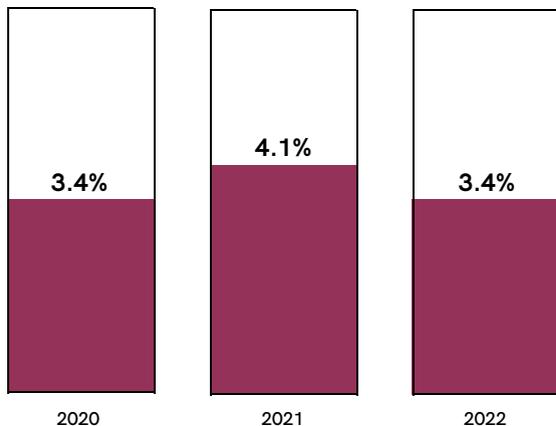
Dezembro de 2022

Snack de casca de arroz

Contém vitamina D que contribui para a manutenção de ossos normais

HARD SELTZER

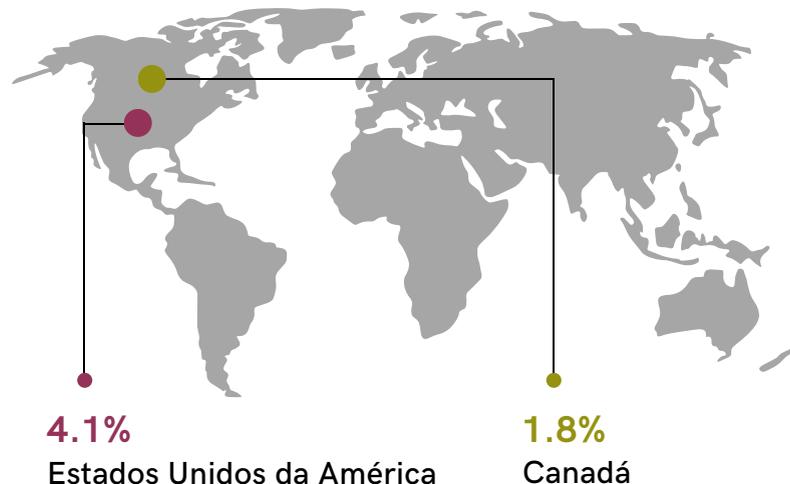
| novos lançamentos na América do Norte



- De 2020 a 2021, a atividade de lançamento de novos produtos cresceu 21%. No ano seguinte, esta subcategoria registou um decréscimo de 17%.
- No ano de 2022, a subcategoria das hard seltzers correspondeu a 3.4% de todas as bebidas lançadas.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Sem Glúten

53% dos produtos lançados destacava a ausência de glúten no produto.

SAN JUAN WILD BERRY PUNCH SPIKED SELTZER



Produzido e lançado nos EUA

Novembro de 2022

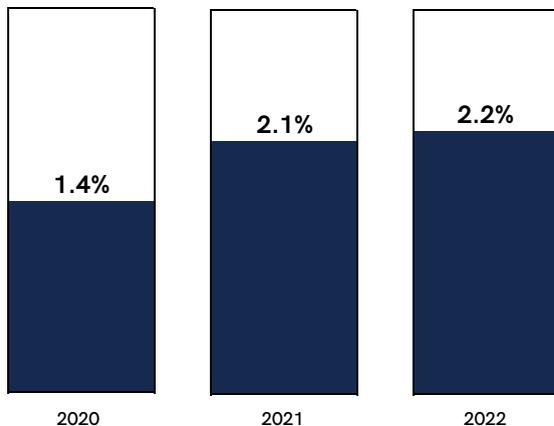
Hard seltzer com sabor a frutos silvestres

Sem glúten e sem açúcar



EDIÇÃO LIMITADA

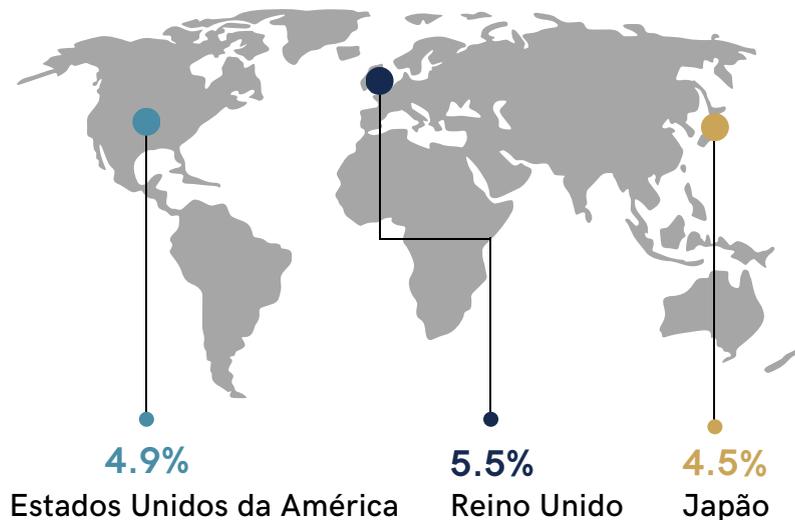
| utilização nos novos lançamentos de produto



- De 2020 a 2022, a utilização do posicionamento "edição limitada" registou um crescimento de 56%.
- Em 2022, este posicionamento constava em 2.2% de todas as bebidas e produtos alimentares lançados no mercado global.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Bebidas Alcoólicas

12% dos produtos lançados tinha este posicionamento

JOHNNIE WALKER BLUE LABEL ANGEL CHEN RABBIT BLENDED SCOTCH WHISKY



Lançado no Reino Unido

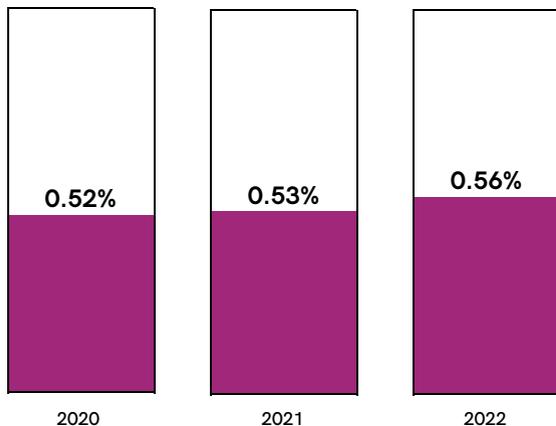
Dezembro de 2022

Comemora o Ano Novo Lunar Chinês

Embalagem desenhada por Angel Chen

SABOR A CANELA

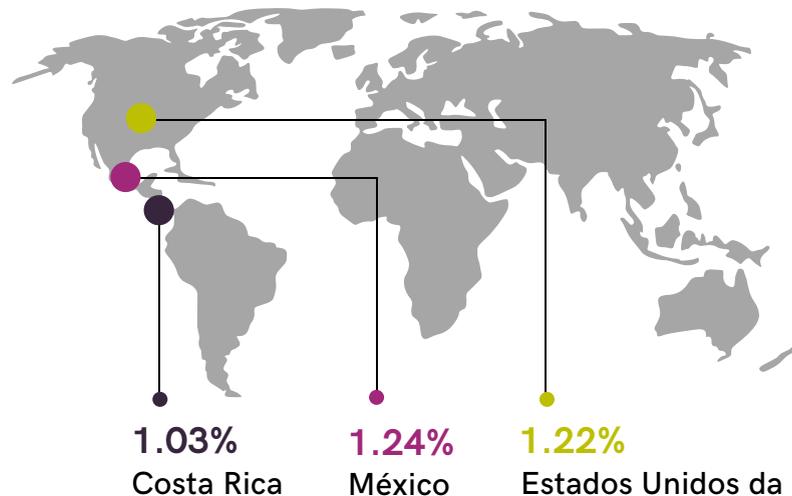
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O sabor a canela nos produtos alimentares e bebidas registou uma utilização estável nos últimos 3 anos completos.
- Em 2022, 0.56% de todos os lançamentos de produtos destacavam na embalagem o seu sabor a canela.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Cereais

2.2% dos produtos tinham sabor a canela

TEGA TRUSNACK CINNAMON ROLL OATS BAR



Produzido e lançado no México

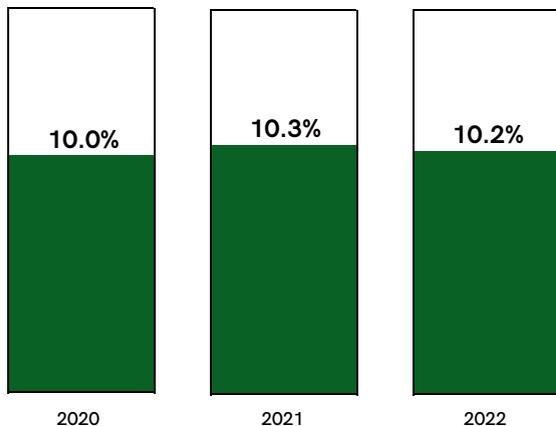
Setembro de 2022

Barras de aveia e passas

Com sabor a rolos de canela

ÓLEO DE GIRASSOL

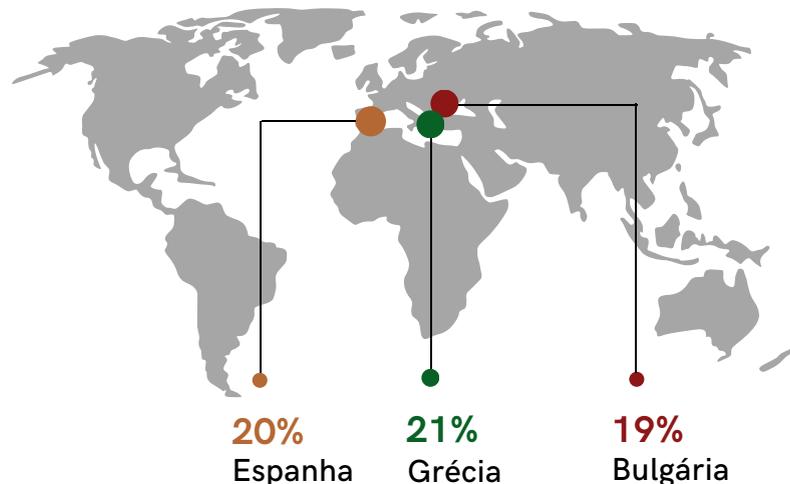
| utilização nos novos lançamentos de produto



- Nos últimos 3 anos completos, o óleo de girassol registou uma utilização estável nos novos lançamentos de produtos alimentares.
- No ano de 2022, 10.2% dos produtos alimentares lançados no mercado de retalho listava o óleo de girassol como um ingrediente.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Substitutos da Carne

onde 34% dos produtos continha óleo de girassol na sua formulação

VEGANACT GENIUS CHICKEN FREE FILLETS



Lançado na Grécia

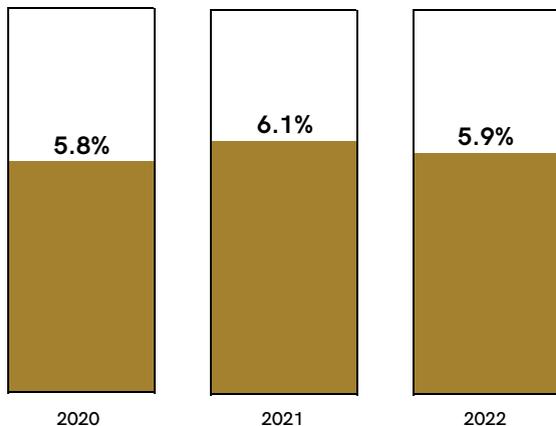
Janeiro de 2020

Filetes sem carne de frango

Com proteína de soja e óleo de girassol

INDULGENTE E PREMIUM

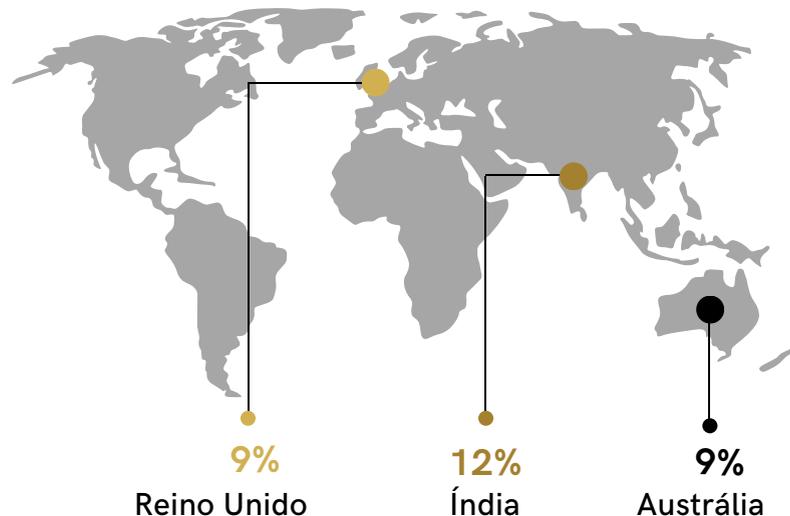
| utilização nos novos lançamentos de produto



- Nos últimos 3 anos completos, a utilização do posicionamento indulgente e premium nos novos lançamentos de produtos alimentares e bebidas teve um registo estável.
- Em 2022, este posicionamento foi encontrado em 5.9% dos produtos lançados no mercado global.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Nutrição Desportiva

12% dos produtos lançados tinha este posicionamento

DIVINE NUTRITION LIFE WHEY POWDER WITH RED VELVET FLAVOR

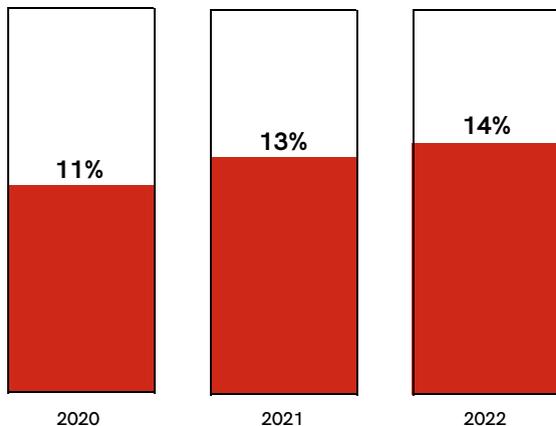


Lançado na Índia

Julho de 2022

Proteína de soro de leite de qualidade premium

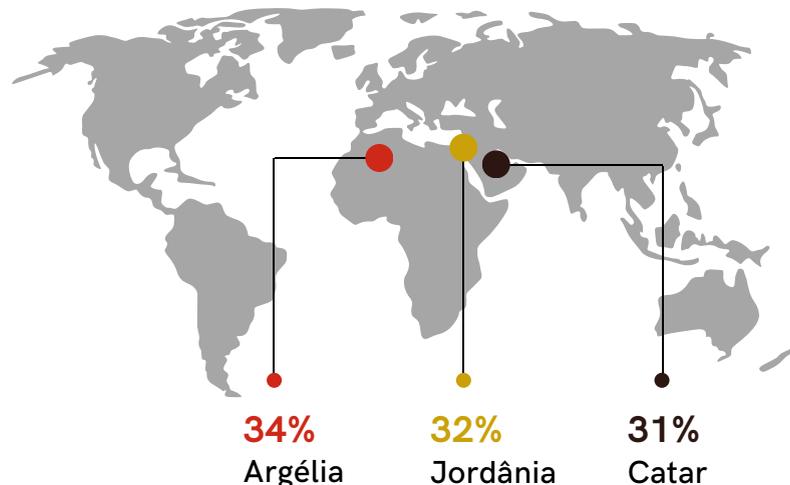
Sabor a bolo *red velvet*



- De 2020 a 2022, os lançamentos de café no mercado de retalho do Médio Oriente e África cresceram 27%.
- No ano de 2022, a subcategoria do café correspondeu a 14% de todas as bebidas lançadas.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Conveniência - Embalagem

64% dos produtos lançados destacava a sua embalagem conveniente

CITY ONE 3 IN 1 COFFEE MIX

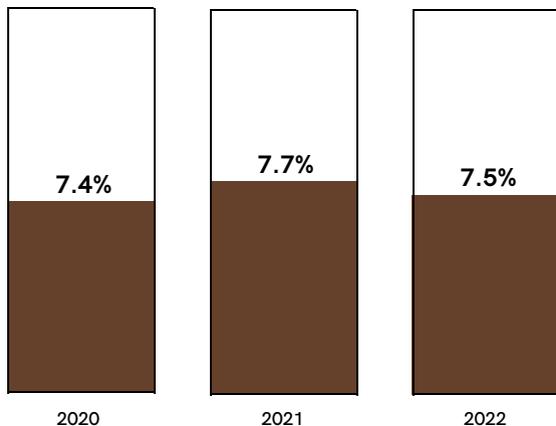


Produzido no Egito e lançado na Argélia

Março de 2021

Mistura solúvel de café com natas e açúcar

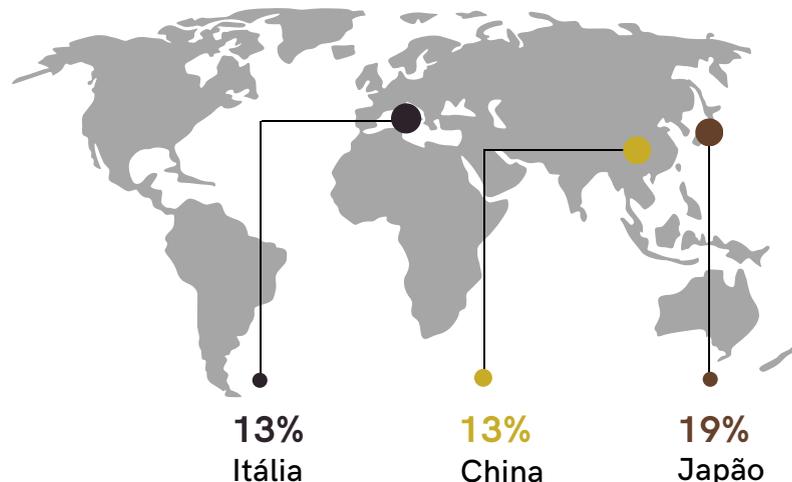
Saquetas individuais para conveniência



- Como ingrediente nos novos produtos alimentares, o ovo registou uma utilização estável nos últimos 3 anos.
- No ano de 2022, o ovo constava de 7,5% dos produtos alimentares lançados no mercado de retalho.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Padaria e Pastelaria

25% dos produtos tinha ovo na lista de ingredientes

YAMAZAKI SPECIALLY SELECTED APPLE PIE WITH CARAMEL FLAVOR



Produzido e lançado no Japão

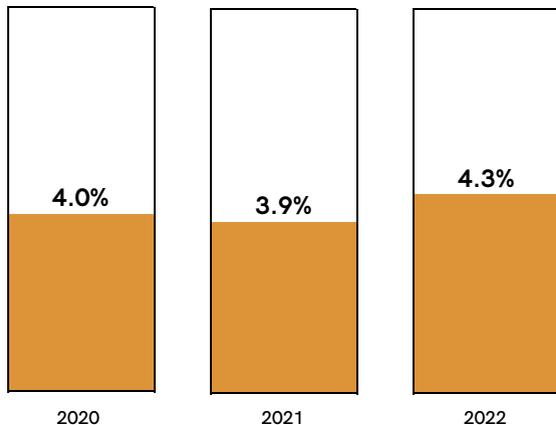
Dezembro de 2022

Tarte de maçã com sabor a caramelo

Embalagem reciclável

SABOR A LARANJA

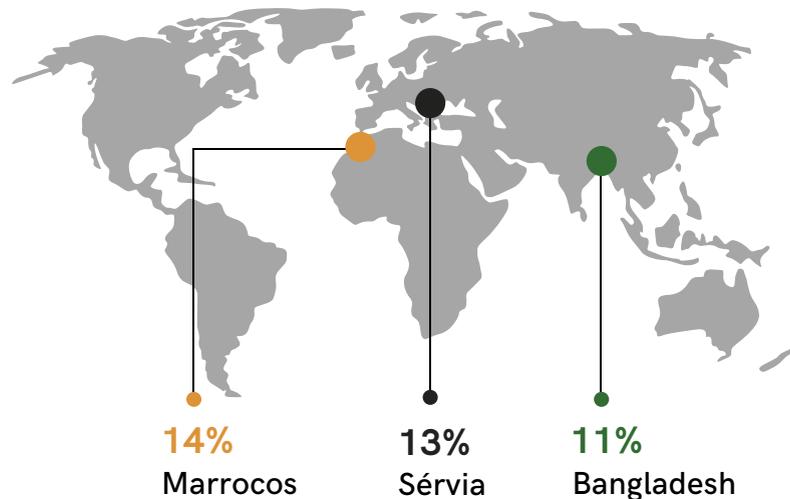
| utilização nos novos lançamentos de Bebidas



- Nos últimos 3 anos, o sabor a laranja esteve presente em cerca de 4% das bebidas lançadas no mercado de retalho global.
- De 2020 a 2022, a utilização deste sabor registou um ligeiro aumento de 8%.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



SUBCATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Sumos e Néctars

20% dos produtos destacava o sabor a laranja

MARRAKECH SELECTION ORANGE JUICE



Produzido e lançado em Marrocos

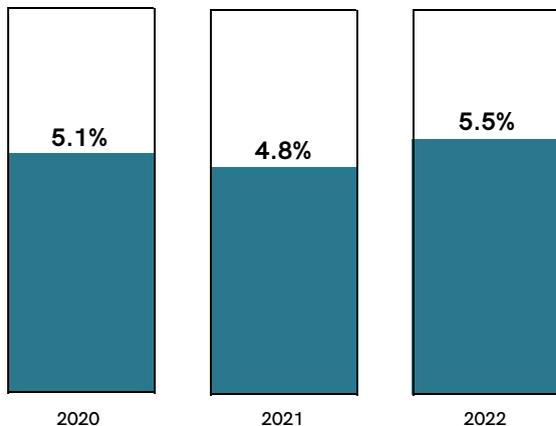
Agosto de 2022

Sumo de laranja à base de concentrado

Sem corantes, conservantes ou açúcar adicionado

TEMPEROS

| novos lançamentos na América Latina



- Após um ligeiro decréscimo entre 2020 e 2021, os novos lançamentos de temperos cresceram 15% em 2022.
- No ano de 2022, 5.5% de todos os produtos alimentares lançados no mercado de retalho da América Latina pertencia à subcategoria dos temperos.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

em destaque

Natural

13% dos temperos lançados destacava o aspeto natural do produto

SEAFOOD SEASONING



Produzido e lançado na Costa Rica

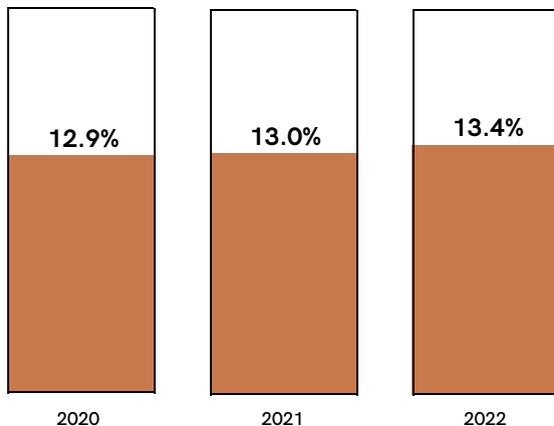
Fevereiro de 2021

Tempero para peixe e marisco

100% natural: sem sal, conservantes ou glutamato monossódico

LEITE

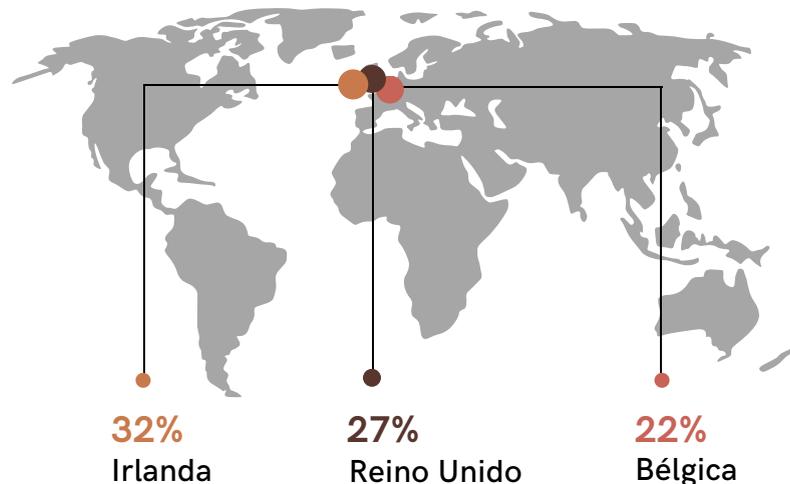
| utilização nos novos lançamentos de produto



- A utilização de leite como ingrediente nos lançamentos de produtos alimentares manteve-se estável nos últimos 3 anos.
- No ano de 2022, o leite esteve presente na lista de ingredientes de 13.4% dos produtos alimentares lançados.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Sobremesas e Gelados

29% dos produtos tinha leite na lista de ingredientes

MÜLLER LIGHT CHOCOLATE FIX ORANGE FLAVOURED DESSERT



Produzido e lançado na Irlanda

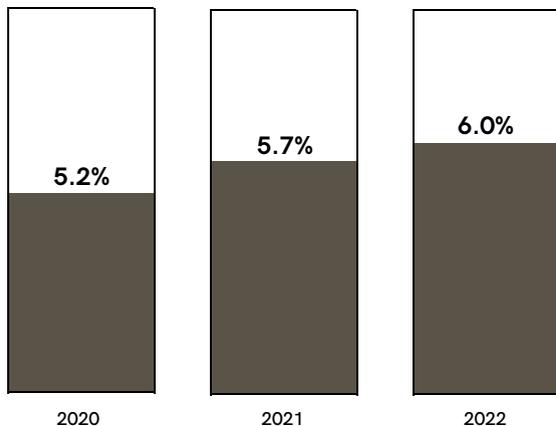
Outubro de 2022

Sobremesa de chocolate com sabor a laranja

Baixo teor de gordura

TRADICIONAL

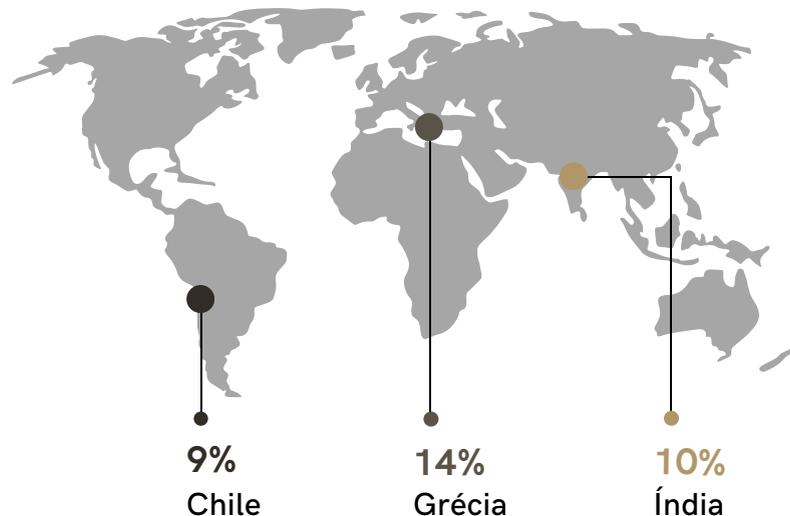
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O uso do posicionamento tradicional nos lançamentos de produtos registou um crescimento de 15% nos últimos 3 anos completos.
- Em 2022, 6.0% de todos os produtos lançados utilizou este posicionamento.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Bebidas Alcoólicas

10% dos produtos lançados tinha este posicionamento

ROOTS MASTIC CHIOS MASTIC HANDCRAFTED SPIRITED LIQUEUR



Produzido e lançado na Grécia

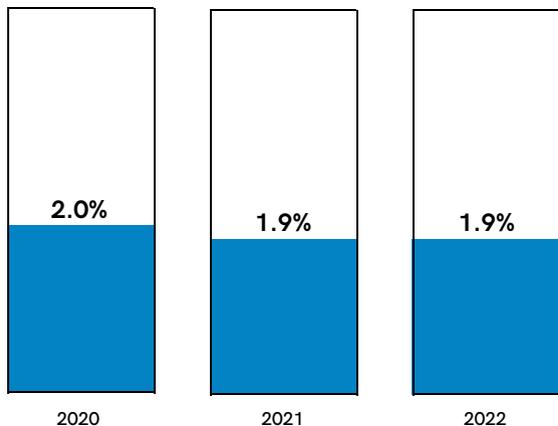
Julho de 2021

Licor artesanal

Receita grega com centenas de anos

NUTRIÇÃO DESPORTIVA EM PÓ

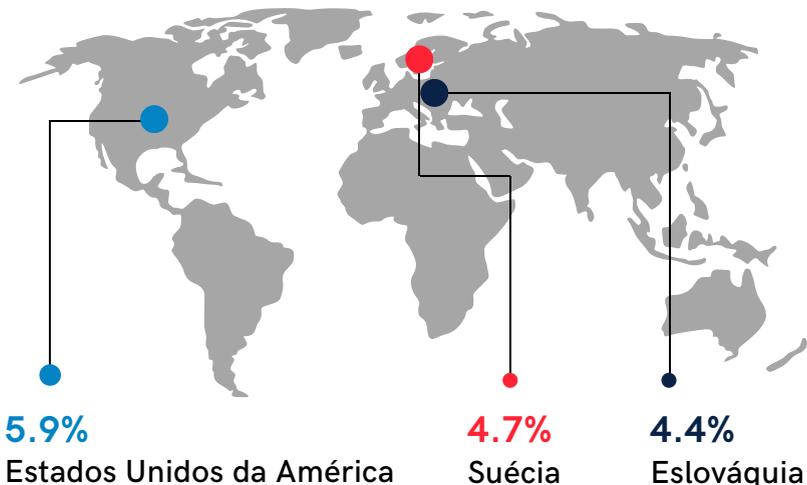
| novos lançamentos a nível global



- Os novos lançamentos da subcategoria de nutrição desportiva em pó têm-se mantido estáveis nos últimos três anos.
- No ano de 2022, 1.9% de todos os produtos alimentares lançados no mercado de retalho mundial pertencia a esta subcategoria.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Masculino

55% dos produtos lançados estava direcionado para o género masculino

1 UP NUTRITION ALL IN ONE PRE-WORKOUT DIETARY SUPPLEMENT WITH BLUE RASPBERRY FLAVOR



Lançado nos Estados Unidos da América

Maio de 2021

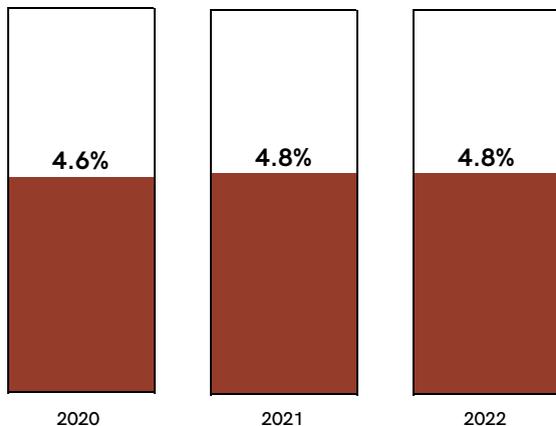
Pré-treino para homens

Fornece energia, concentração e resistência



SABOR A CHOCOLATE DE LEITE

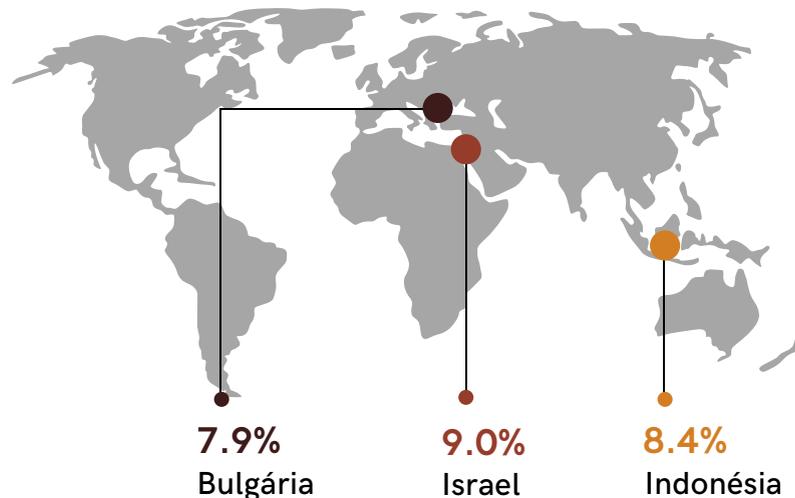
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O sabor a chocolate de leite tem visto uma utilização estável nos lançamentos de novos produtos alimentares.
- Em 2022, 4.8% de todos os produtos alimentares lançados no mercado de retalho destacava o seu sabor a chocolate de leite.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Sobremesas e Gelados

21% dos produtos destacava o sabor a chocolate de leite

FELDMAN CHOCOLATE ICE CREAM CONES



Produzido e lançado em Israel

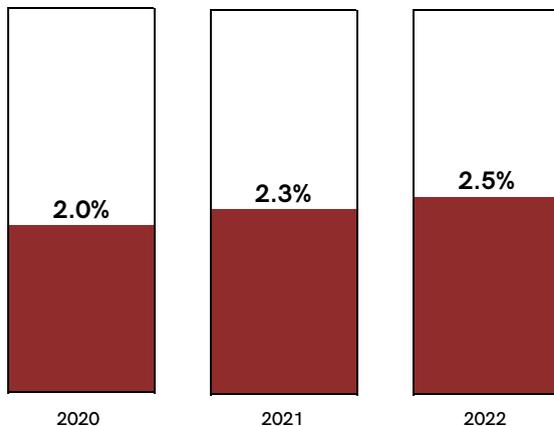
Outubro de 2022

Gelado de chocolate de leite em cone

Baixo teor calórico

CARNES FRIAS

| novos lançamentos na Europa

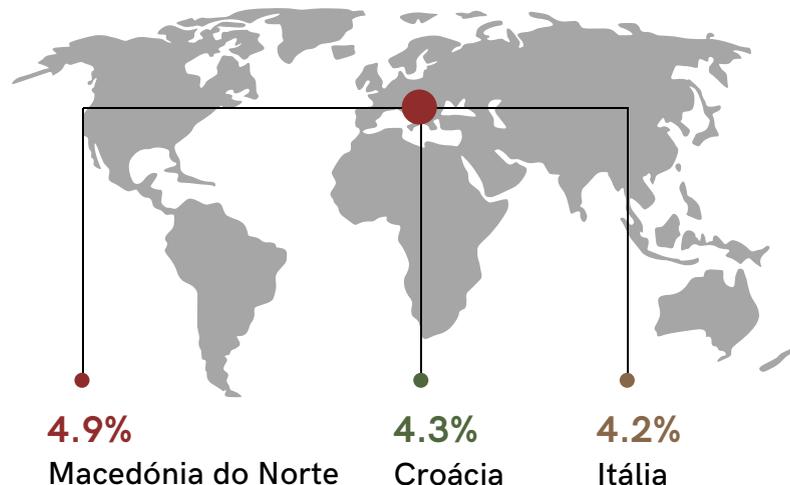


- No mercado de retalho europeu, os novos lançamentos de carnes frias registaram um aumento de 25% entre 2020 e 2022.

- No último ano completo, a subcategoria das carnes frias correspondeu a 2.5% de todos os produtos alimentares lançados.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Sem Lactose

5% dos lançamentos destacava a ausência de lactose no produto

HANDL TYROL TYROLEAN SPECK



Produzido na Áustria e lançado na Macedónia do Norte

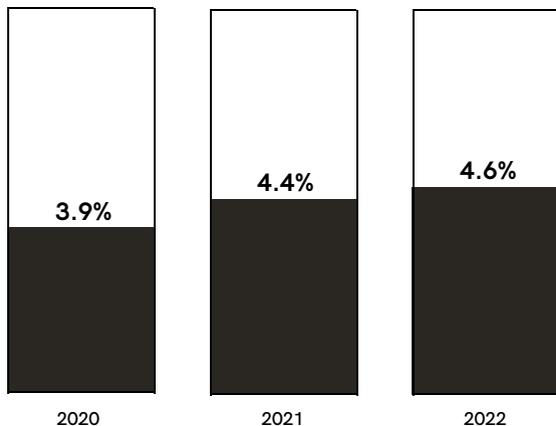
Agosto de 2022

Presunto fatiado com Indicação Geográfica Protegida

Sem lactose

PIMENTA PRETA

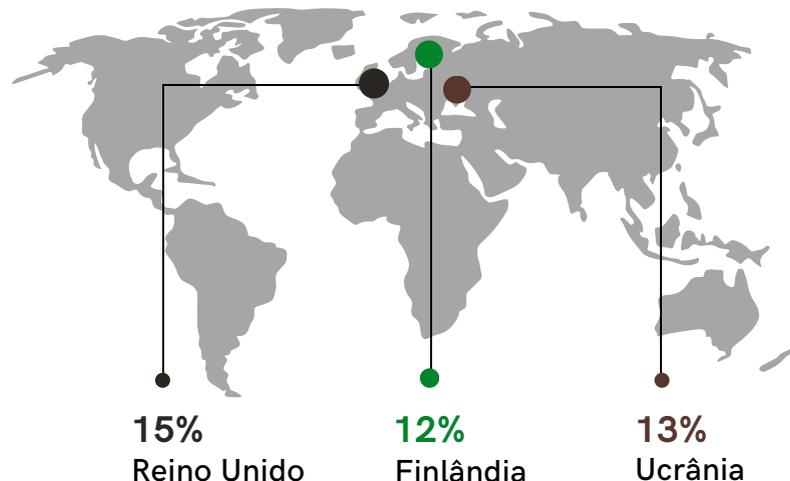
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O uso de pimenta preta como ingrediente nos novos lançamentos de produtos alimentares cresceu 18%, de 2020 a 2022.
- No último ano completo, 4.6% de todos os produtos alimentares lançados continha pimenta preta na sua formulação.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Substitutos da Carne

14% dos produtos tinha pimenta preta na lista de ingredientes

THIS ISN'T PORK SAUSAGES

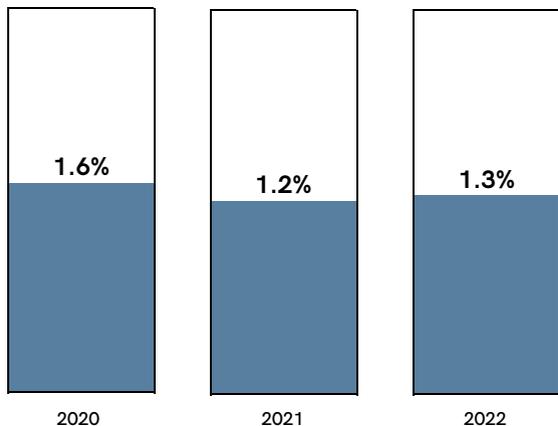


Lançado no Reino Unido

Dezembro de 2022

Produto substituto de salsicha

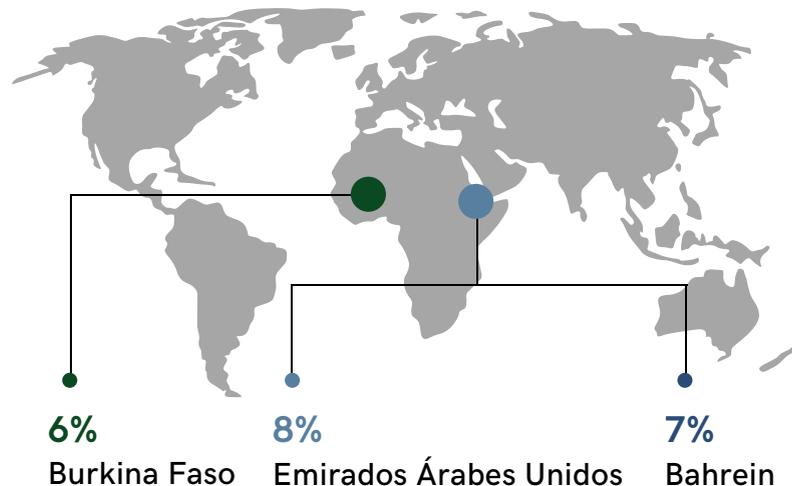
Com proteína de ervilha e pimenta preta



- De 2020 para 2022, os lançamentos de água no mercado de retalho registaram um decréscimo de 19%.
- Em 2022, 1.3% de todas as bebidas lançadas pertenciam à subcategoria das águas sem sabor.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Ético - Embalagem

82% das águas lançadas no mercado tinha este posicionamento

ALKALIFE ALKALINE AND ELECTROLYTES WATER



Lançado nos Emirados Árabes Unidos

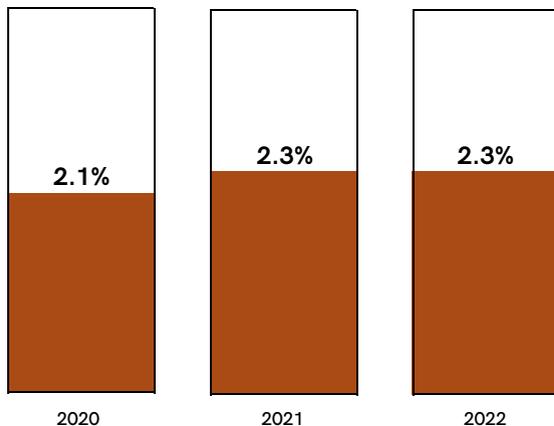
Julho de 2022

Água alcalina com adição de eletrólitos

Embalagem reciclável

SEM/BAIXO EM SAL

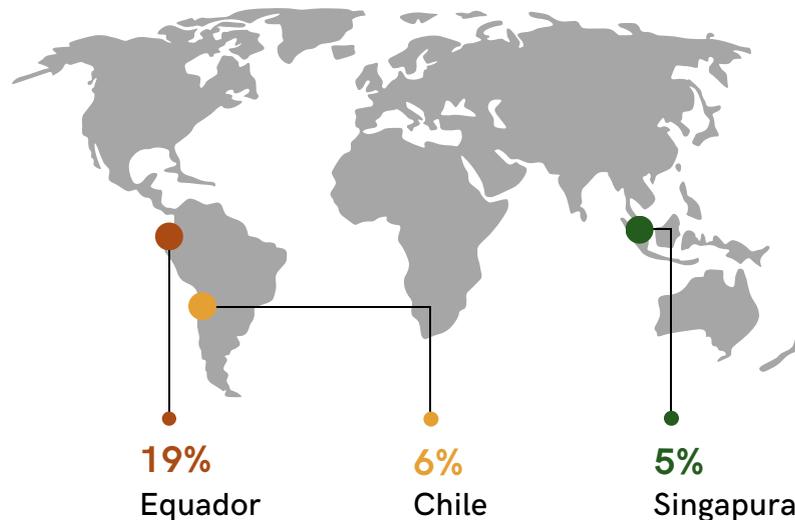
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O posicionamento sem/baixo em sal registou um ligeiro aumento de 10% entre 2020 e 2022.
- Em 2022, 2.3% de todos os produtos alimentares lançados destacava o seu teor reduzido (ou ausência) de sal.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior
expressão

Comida para Bebé

16% dos produtos lançados tinha este posicionamento

NATURAL REAL FRUIT MIX PORRIDGE FOR BABIES FROM 6 MONTHS



Produzido e lançado no Equador

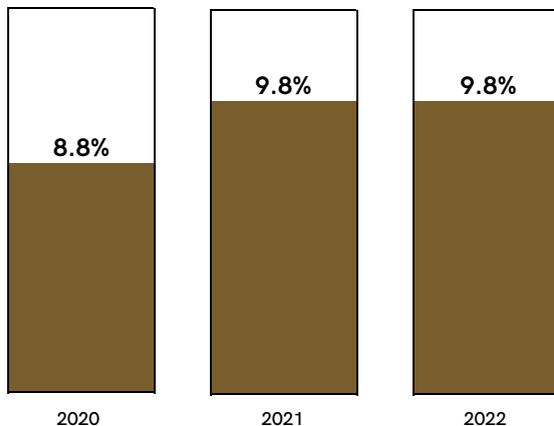
Julho de 2022

Papa de frutas

Sem sal ou açúcar adicionados

CEBOLA

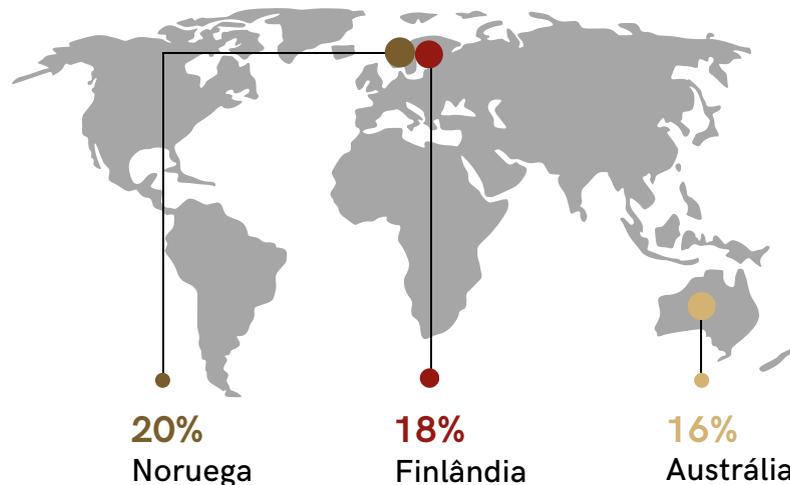
| utilização nos novos lançamentos de produto



- De 2020 a 2022, a utilização de cebola nos novos lançamentos de produtos alimentares cresceu 11%.
- Em 2022, quase um décimo dos produtos alimentares lançados no mercado de retalho continha cebola nos ingredientes.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Sopa

55% dos produtos tinha cebola na lista de ingredientes

ONION SOUP



Lançado na Noruega

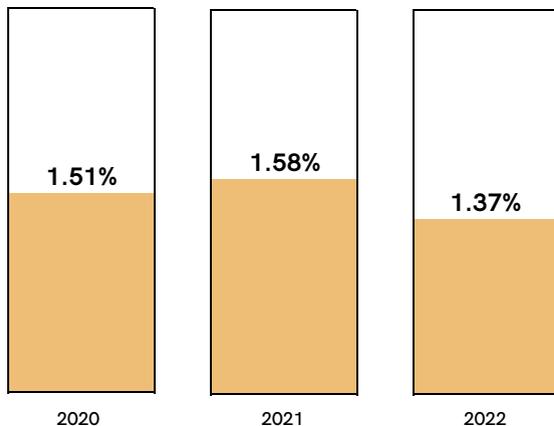
Março de 2021

Sopa de cebola

Embalagem reciclável

ÓMEGA 3

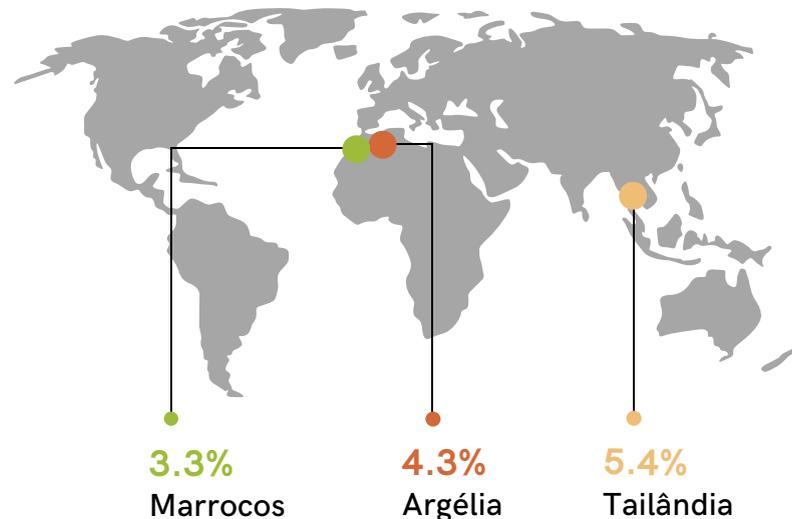
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O posicionamento de ómega 3 registou um ligeiro decréscimo de 9% entre 2020 e 2022.
- Em 2022, 1.37% de todos os produtos alimentares lançados destacava a presença de ácidos gordos ómega 3 no produto.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Comida para Bebé

10% dos produtos lançados tinha este posicionamento

RICE SNACK WITH PUMPKIN AND CHEESE FLAVOR FOR TODDLERS FROM 1 YEAR ONWARDS

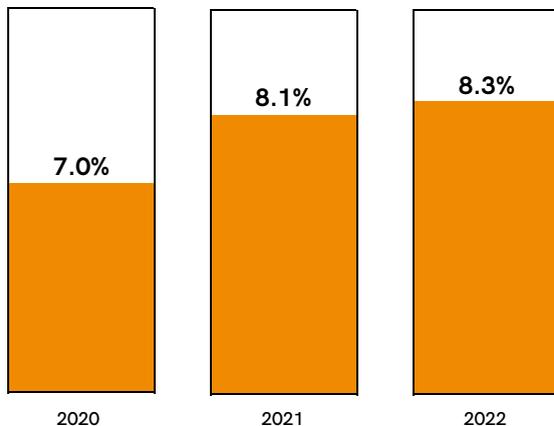


Produzido e lançado na Tailândia

Junho de 2021

Snack de arroz integral para bebés a partir de 1 ano

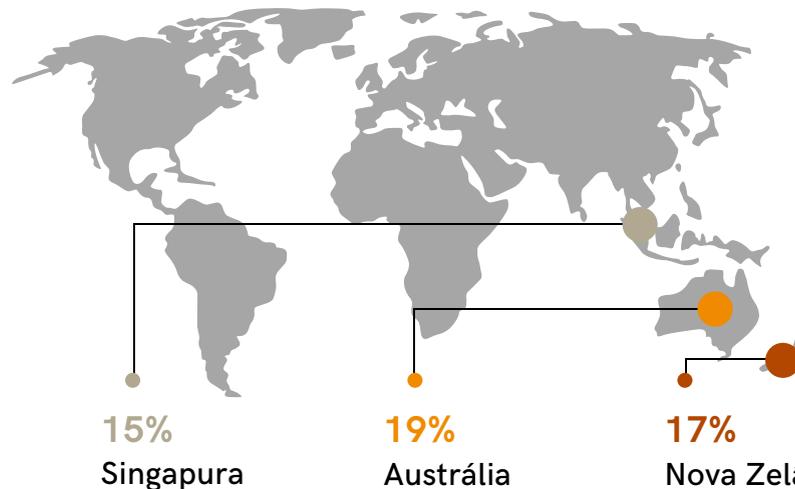
Com ómega 3, 6 e 9



- Os novos lançamentos de cerveja na região da Ásia-Pacífico registaram um aumento de 19% entre 2020 e 2022.
- Em 2022, 8.3% de todas as bebidas lançadas pertenciam à subcategoria da cerveja.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

em destaque

Edição Limitada

16% das cervejas lançadas no mercado tinha este posicionamento

HEADS OF NOOSA LIMITED RELEASE SERIES IMPERIAL JAPANESE LAGER



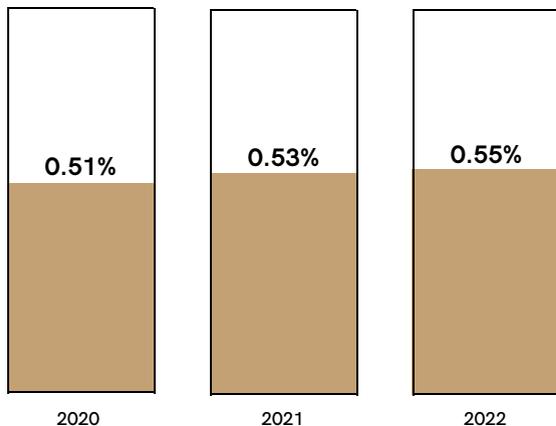
Produzida e lançada na Austrália

Dezembro de 2022

Cerveja de edição limitada

SABOR A BARBECUE

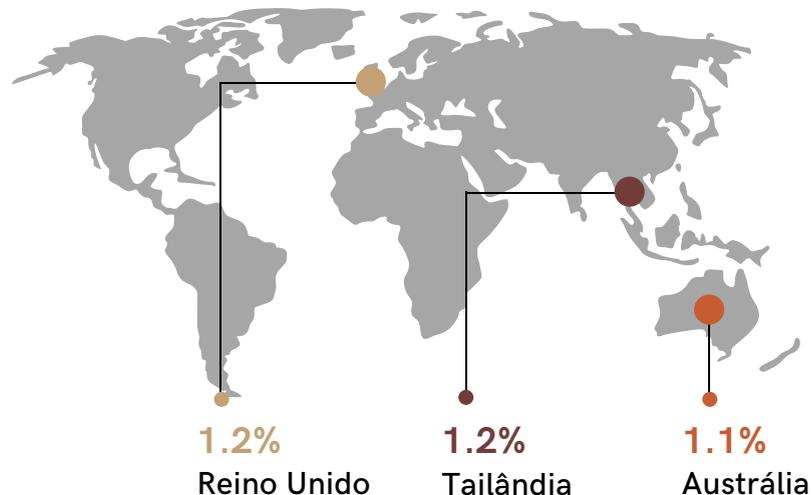
| utilização nos novos lançamentos de produto



- A utilização do sabor a barbecue nos lançamentos de novos produtos alimentares teve um registo estável nos últimos 3 anos completos.
- Em 2022, 0.55% de todos os produtos alimentares lançados no mercado de retalho destacava o sabor a barbecue.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Snacks

3% dos produtos destacava o sabor a barbecue

BITESWELOVE CRUNCHY MIX CORN, PEAS AND BEANS WITH SMOKEY BBQ FLAVOUR



Lançado no Reino Unido

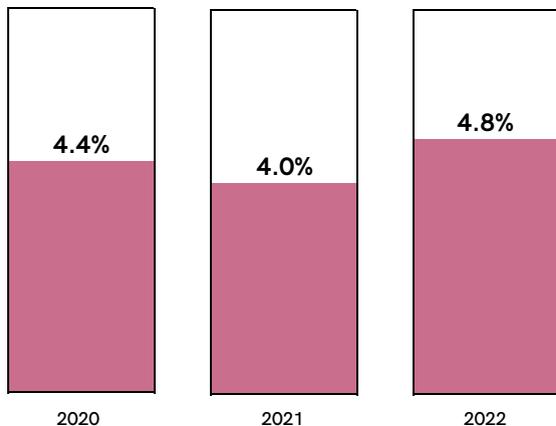
Dezembro de 2022

Snack de milho, ervilhas e feijões

Com sabor a barbecue

SEM ÁLCOOL

| utilização nos novos lançamentos de produto na Europa

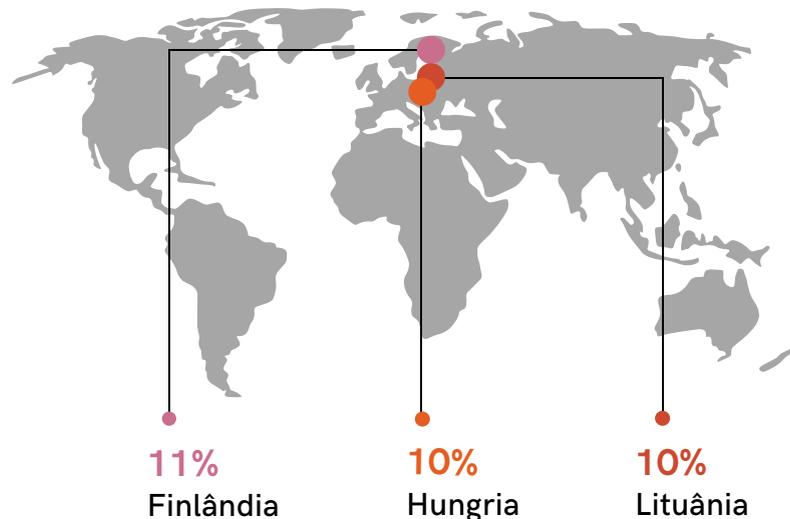


- A utilização do posicionamento sem álcool na categoria das bebidas alcoólicas registou um ligeiro aumento de 9% de 2020 para 2022.

- No último ano completo, 4,6% de todas as bebidas alcoólicas lançadas na Europa destacavam a ausência de álcool no produto.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



SUBCATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

em destaque

Bebidas espirituosas

3% dos produtos lançados tinha este posicionamento

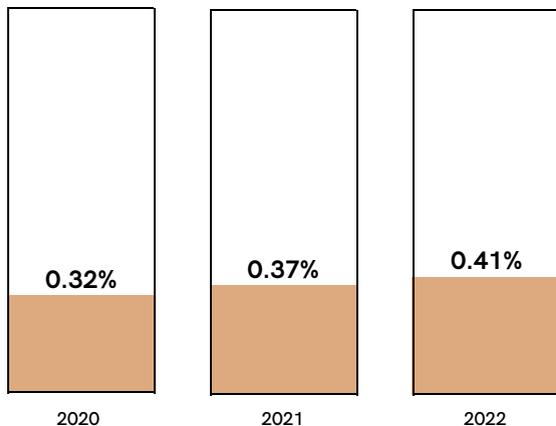
LYRE'S PINK LONDON IMPOSSIBLY CRAFTED NON ALCOHOLIC SPIRIT



Lançado na Finlândia

Janeiro de 2022

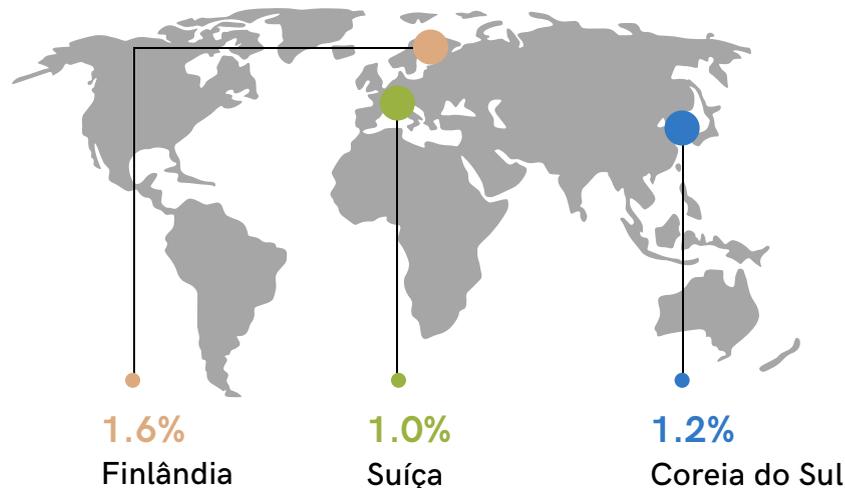
Bebida sem álcool que captura a essência do gin



- Os novos lançamentos de sandes no mercado de retalho global registaram um crescimento de 28% de 2020 para 2022.
- Apesar do crescimento, o segmento das sandes fez apenas 0.41% dos lançamentos de produtos alimentares do último ano completo.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



POSICIONAMENTO

período em análise: últimos 3 anos completos

em destaque

Rico em Proteína

12% dos produtos lançadas no mercado tinha este posicionamento

TURKEY OAT BREAD



Produzido e lançado na Finlândia

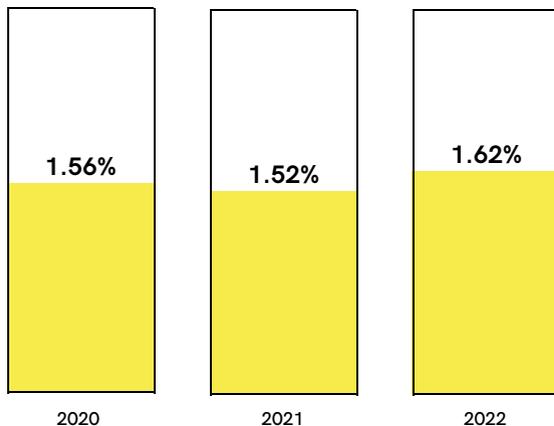
Outubro de 2022

Sandes de peru em pão de aveia com queijo creme e alface

Rico em proteína e fonte de fibra

SABOR A LIMÃO

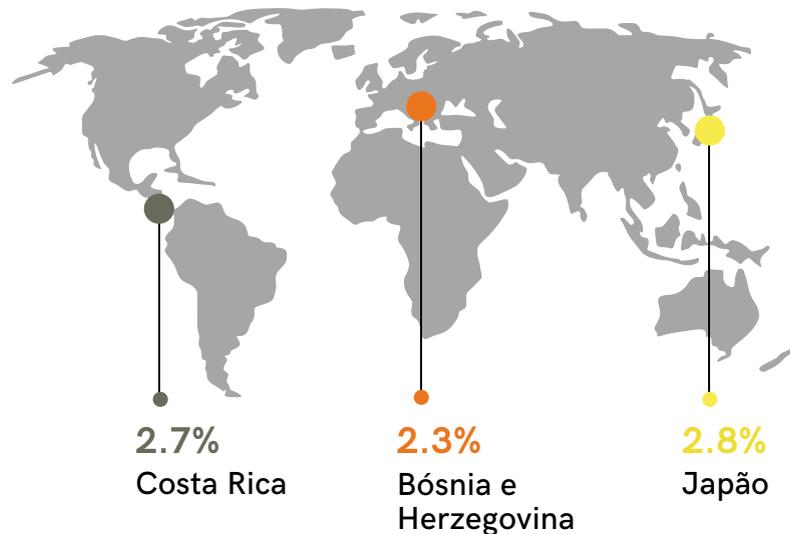
| utilização nos novos lançamentos de produto



- O sabor a limão nas bebidas e produtos alimentares lançados no mercado de retalho tem visto uma utilização estável.
- Em 2022, o sabor a limão estava destacado em 1.62% dos novos lançamentos de produto.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

em destaque

Pastelaria

1.6% dos produtos destacava o sabor a limão

TAKAKI BAKERY LEMON CASTELLA



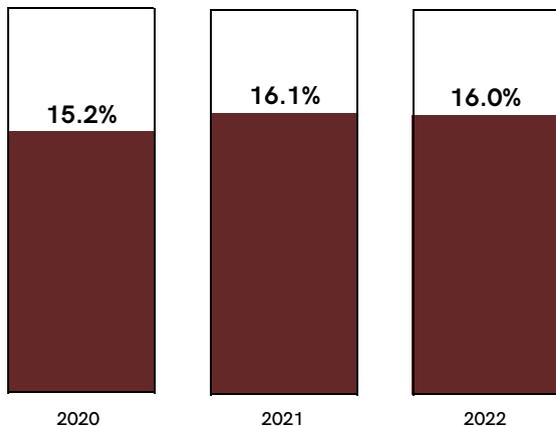
Produzido e lançado no Japão

Outubro de 2022

Bolos "Castella" com sabor a limão

CERTIFICAÇÃO BIOLÓGICA

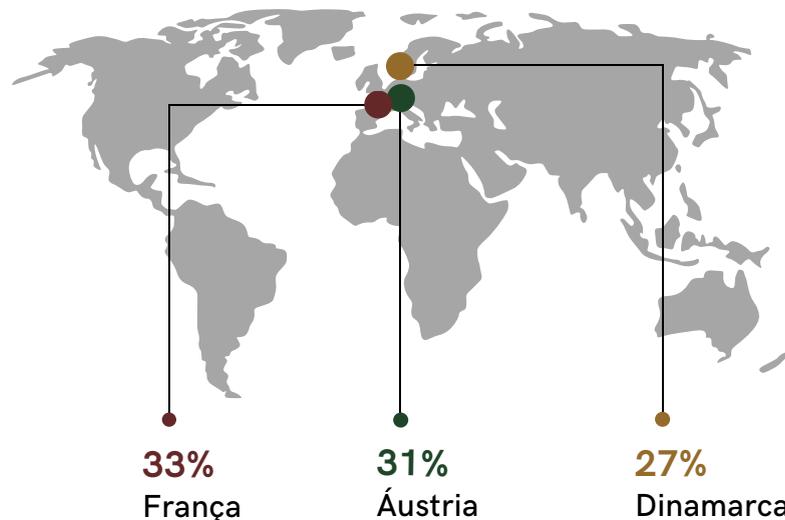
| utilização nos novos lançamentos de produto na Europa



- A utilização da certificação biológica nos novos lançamentos de produtos alimentares e bebidas tem sido estável nos últimos três anos.
- Em 2022, este posicionamento estava presente em 16% dos novos lançamentos de produto no mercado de retalho europeu.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



SUBCATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

em destaque

Xaropes

52% dos produtos lançados tinha este posicionamento

ORGANIC COCONUT FLOWER SYRUP



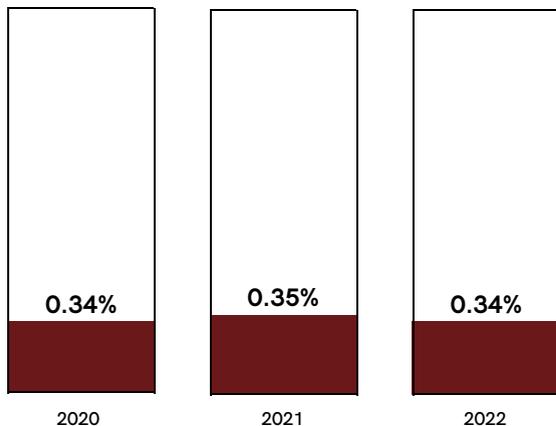
Lançado em França

Janeiro de 2022

Xarope de flor de coco com certificação biológica

HORTELÃ-PIMENTA

| utilização nos novos lançamentos de produto

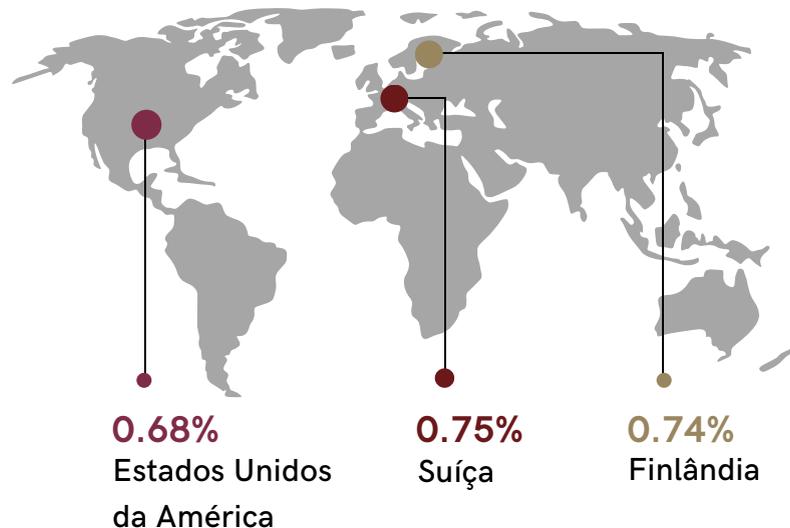


- O uso de hortelã-pimenta nos novos lançamentos de produto teve um registo reduzido, mas estável, nos últimos três anos completos.

- Em 2022, apenas 0.34% dos lançamentos de produtos alimentares e bebidas utilizava este ingrediente.

PROPORÇÃO DE LANÇAMENTOS

período em análise: últimos 3 anos completos



CATEGORIA

período em análise: últimos 3 anos completos

com maior expressão

Bebidas Quentes

3.4% dos produtos tinha hortelã-pimenta na lista de ingredientes

HOT CHOCOLATE DRINK BOMB



Produzido e lançado nos Estados Unidos da América

Dezembro de 2022

Chocolate branco com hortelã-pimenta para dissolver em leite

Edição de Natal